

## АДАПТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК ДРАЙВЕРА РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Марина Павловна БОЛОДУРИНА<sup>а</sup>\*, Анастасия Игоревна МИШУРОВА<sup>б</sup>

<sup>а</sup> кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов,  
Оренбургский государственный университет, Оренбург, Российская Федерация  
bolodurina@inbox.ru  
ORCID: отсутствует  
SPIN-код: 6149-7693

<sup>б</sup> студентка финансово-экономического факультета,  
Оренбургский государственный университет, Оренбург, Российская Федерация  
stu.ru\_5032@mail.ru  
ORCID: отсутствует  
SPIN-код: отсутствует

\* Ответственный автор

### История статьи:

Получена 30.10.2017

Получена в доработанном  
виде 19.11.2017

Одобрена 18.12.2017

Доступна онлайн 16.01.2018

УДК 338.001.36

JEL: D04, D78, E66, F43,  
P51

### Ключевые слова:

туристическая индустрия,  
драйверы роста,  
инвестиционная активность,  
инвестиционная  
привлекательность

### Аннотация

**Предмет.** Одно из условий создания конкурентоспособного туристического продукта на мировом рынке – это комплексный подход органов государственной власти и частных структур к развитию туристической индустрии, позволяющий системно воздействовать на отдельные составляющие туристической сферы, повышая конкурентоспособность отечественного продукта на международном рынке.

**Цели.** Систематизация зарубежного опыта разработки мер государственной политики в области туризма и путешествий. Анализ международной практики инициирования инвестиционной и предпринимательской активности в туристической сфере. Позиционирование туристической индустрии как драйвера роста национальной экономики.

**Методология.** Исследование построено на изучении международных компетенций реализации административных практик разработки проектов модернизации экономики. Использованы общенаучные методы исследования, такие как системно-структурный, научной абстракции, анализа и синтеза, сравнительного анализа.

**Результаты.** В рамках настоящего исследования определены сферы генерирования инвестиций в туристическую индустрию РФ. Проведен сравнительный анализ реализации мер государственной политики в области туризма и путешествий в России и Испании. Выявлены созидательные инструменты стимулирования инвестиционной и предпринимательской активности, используемые в международной практике, и рассмотрены возможности их адаптации для экономики России.

**Выводы.** Для генерации инвестиций в туристическую отрасль необходимо выявить причинно-следственные связи между состоянием бизнес-среды территорий и инвестиционной активностью хозяйствующих субъектов. Туризм может и должен быть драйвером роста национальной экономики. При разработке программ модернизации российской экономики необходимо учитывать опыт стран – лидеров в сфере международного туризма и адаптировать инструменты стимулирования инвестиционной и предпринимательской активности к отечественным реалиям.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2017

**Для цитирования:** Болодурина М.П., Мишурова А.И. Адаптация зарубежного опыта развития туристической индустрии как драйвера роста национальной экономики // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2018. – Т. 14, № 1. – С. 19 – 36.

<https://doi.org/10.24891/ni.14.1.19>

По данным Всемирной туристической организации ООН (UNWTO), ежегодно публикующей доклады о состоянии туристической индустрии, 2016 г. стал седьмым подряд, показавшим положительные изменения динамики международного турпотока и денежных поступлений (среднегодовой темп прироста за этот период составил 3–4%), после кризисных 2008–2009 гг. (рис. 1)<sup>1</sup>. Следовательно, последствия кризиса глобальной экономики, волатильность экономического роста и политической обстановки не оказали значительного отрицательного влияния на мировую туристическую отрасль, позволяя ей расти быстрее промышленных направлений, что становится существенным преимуществом развития не экспортно ориентированных государств. Опыт стран – лидеров в сфере международного туризма может быть использован при разработке проектов и программ усиления российской экономики, обеспечения жизнеспособности страны, предусматривающих структурные преобразования в целях снижения сырьевой зависимости и определения драйверов роста национальной экономики.

По направлениям международного туризма ВТО выделяет в мире шесть туристических регионов: европейский, азиатско-тихоокеанский, южно-азиатский, американский, ближневосточный и африканский, в разрезе которых можно определить государства – драйверы роста рассматриваемой отрасли (табл. 1, 2).

На основе представленных в аналитических табл. 1, 2 данных можно сделать следующие выводы:

– лидерами по количеству прибывших иностранных туристов в абсолютном выражении на протяжении рассматриваемого периода являются

Франция и США, а по привлекаемым доходам – США и Испания;

- Россия входит в десятку лидирующих стран по международному потоку туристов, однако не является страной – получателем высоких доходов от въездного туризма, что может быть объяснено относительно невысокими ценами на туристические услуги и обменным курсом рубля по отношению к доллару США;
- в относительном выражении наиболее высокий рост турпотока наблюдается в Таиланде (в среднем на 15–20% каждый год кроме 2014 г.);
- за рассматриваемый период поток иностранных туристов в европейские страны (Испанию, Италию, Великобританию, Германию) показывает тенденцию устойчивого роста без снижений;
- в 2014 г. не для всех стран наблюдалось резкое снижение потока поступлений: так, в США и Италии произошло значительное увеличение доходов (37,5 и 48,3% соответственно);
- события 2014 г. отразились на обменном курсе рубля по отношению к доллару США, что сказалось на серьезном сокращении доходов России от туризма в 2015 г. на 28,8%;
- начиная с 2015 г. отмечается тенденция снижения потока туристов в Турцию (в 2016 г. сокращение турпотока достигло 35,7%, а потока доходов на 29,7%), что объясняется введением российских санкций;
- относительная оценка представленных индикаторов свидетельствует о том, что российская туристическая индустрия за анализируемый период развивается нестабильно и имеющийся потенциал используется неэффективно [1].

Для выявления драйверов генерации инвестиций в туристическую отрасль анализа

<sup>1</sup> World Tourism Organization UNWTO.  
URL: <http://2.unwto.org>

индикаторов «турпоток/доходы» недостаточно, поскольку эти показатели не характеризуют причинно-следственные связи между состоянием бизнес-среды территорий и инвестиционной активностью субъектов экономики, в то время как туризм может и должен быть катализатором территориального развития<sup>2</sup> [1]. В частности, деловой туризм способствует развитию деловых связей между регионами – как международных, так и внутренних. А кроме того, он способствует появлению правильной туристической инфраструктуры, что, в свою очередь, способствует повышению инвестиционной привлекательности региона.

Для оценки влияния внешних и внутренних факторов на состояние туристической среды используют индекс конкурентоспособности туризма (*The Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI*), публикуемый Всемирным экономическим форумом (*World Economic Forum*) раз в два года в качестве обоснованных рекомендаций для правительств и представителей бизнес-среды<sup>3</sup> [2]. На основе 14 критериев конкурентоспособности отрасли определяются четыре субиндекса – составляющие *TTCI*, характеризующие состояние:

- 1) благоприятной окружающей среды;
- 2) политики в области туризма и путешествий;
- 3) инфраструктуры;
- 4) природных и культурных ресурсов (рис. 2).

Анализируя структуру и содержание рейтинга *TTCI*, можно выявить главное условие создания конкурентоспособного туристического продукта на мировом рынке – комплексный подход органов государственной власти и частных структур к развитию

туристической индустрии, позволяющий системно воздействовать на отдельные составляющие туристической индустрии, повышая качество отечественного продукта на международном рынке [1–3].

Для определения стран – лидеров в области международного туризма, чей опыт развития может быть полезен для отечественной практики, на основе значений многофакторного индекса представим выборочный рейтинг *TTCI* за 2015 и 2017 гг. (с учетом отнесения страны к определенному региону, что оказывает влияние на специфику турпродукта). Поскольку при составлении рейтинга на основе индексного значения конкурентоспособности туризма отсутствует фиксированный регламент количества стран (в 2015 г. рейтинг включал в себя 141 страну, в 2017 г. – 136 стран), занимаемое в рейтинге определенным государством место не поддается объективной трактовке. Это обуславливает необходимость анализа конкретных значений индекса и их процентного изменения за представленный период (показатели оцениваются с помощью шкалы от 1 до 7 (самое низкое качество – самое высокое качество) (табл. 3, 4).

Стоит отметить, что в топ-10 стран по *TTCI*, чья туристическая индустрия обладает высокими конкурентоспособными характеристиками, вошло лишь шесть государств – лидеров по основным макроэкономическим туриндикаторам. Это объясняется слабоэффективной маркетинговой политикой в сфере туризма и недостаточно сформированным туристическим имиджем ряда стран (например, Япония и Канада, которые не обладают статусом «туристической Мекки», имеют необходимые ресурсы для развития данной сферы и постепенно наращивают свои позиции); высокой стоимостью туристического продукта, что переориентирует потребителя в выборе страны для путешествия (например, Австралия); недостаточно благоприятными

<sup>2</sup> Болодурина М.П., Мишурова А.И. Подходы к трактовке категории «туристический потенциал»: материалы IV Международной научно-практической конференции «Взаимодействие реального и финансового секторов в трансформационной экономике». Оренбург, 2016. С. 54–57.

<sup>3</sup> World Economic Forum. URL: <http://weforum.org>

условиями для ведения бизнеса и уровнем развития политики в сфере туризма и путешествий (например, Россия).

Для позиционирования туристической индустрии как драйвера роста национальной экономики, повышения ее инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности особое внимание следует уделить факторам, которые отрицательно влияют на условия ведения бизнеса и тем самым сдерживают инвестиционную и предпринимательскую активность в туристической сфере [2–5].

В рамках настоящего исследования источники финансирования туризма определяют сферы генерирования инвестиций (рис. 3).

Государственное управление туристической индустрией в РФ предусматривает разработку федеральных и региональных программ, учитывающих направления и перспективы развития отрасли, формы государственной поддержки инвестиционной и предпринимательской активности, а также степень участия<sup>4</sup>.

Эксперты выделяют три модели управления туристической отраслью на государственном уровне, основные характеристики которых представлены в табл. 5 [6].

Согласно данным индекса конкурентоспособности Россия занимает низкую позицию по субиндексу «Политика в области туризма и путешествий», который характеризует приоритет отрасли на государственном уровне, международную открытость, ценовую конкурентоспособность и экологическую обстановку; в 2015 г. Россия занимала 99-е место (3,87), но в 2017 г. поднялась на 87-е место (4,01). Мировой опыт и практика нормативно-правового регулирования сферы туризма характеризуются реализацией гарантий и

эффективности защиты прав и интересов потребителей туристического продукта, усилением экономической (финансовой) ответственности лиц, осуществляющих туристическую деятельность. Однако данные характеристики в полной мере не способны отразить особенности реализации административных практик государственного регулирования туристической индустрии отдельных стран.

Проведем сравнительный анализ реализации мер государственной политики в области туризма и путешествий между страной – лидером международного туризма – Испанией и Россией (табл. 6).

Таким образом, при реализации мер государственной политики РФ в области туризма и путешествий необходимо повышение степени участия государства, совершенствование нормативно-правовой базы, разработка комплексных программ развития, предусматривающих предпринимательские инициативы и активное вовлечение частного бизнеса в развитие туристической сферы.

Характеризуя внутренние инвестиции как следующий элемент схемы генерирования инвестиций для туристической отрасли, следует отметить, что развитие частного предпринимательства в сфере туристических (на этапе создания турпродукта), квазитуристических, сопутствующих услуг (на этапе сопровождения турпродукта), а также иных направлений предпринимательской активности при наличии в стране благоприятных условий организации и ведения бизнеса юридическими лицами, физическими лицами или объединением юридических и физических лиц должно носить основополагающий характер [10]. Внутренние инвестиции способны генерировать необходимые объемы средств для дальнейшего развития и существования отрасли при условии ее инвестиционной привлекательности, что оказывает

<sup>4</sup> Дремина Г.А. Возможности использования внутренних и внешних источников финансирования предпринимательства в сфере туризма: материалы научно-практической конференции «Современное состояние и потенциал развития туризма в России». Омск, 2013. С. 102–104.

положительное влияние на состояние туристической инфраструктуры и инвестиционного климата территории.

Внешние инвестиции (в форме участия иностранного капитала в отечественных организациях, прямых иностранных инвестиций или реализации совместных инвестиционных проектов) в сферу развития и использования туристического потенциала страны должны носить косвенный характер для сохранения допустимого уровня зависимости от экспортируемого из других государств капитала. В отличие от международных кредитов и займов внешнее иностранное инвестирование не увеличивает внешнего долга, служит источником получения новых технологий, финансовых и маркетинговых ресурсов и укрепляет внешнеэкономические связи [11].

Рассмотрим методы поощрения инвестиционной и предпринимательской активности, применяемые в разных странах, которые могут быть полезны в отечественной практике и адаптированы к российским реалиям<sup>5</sup> (табл. 7).

Таким образом, анализ условий и методов стимулирования внутренних и внешних инвестиций показал, что среди развитых стран при формировании туристической политики наиболее распространенными являются меры, направленные на разностороннюю защиту прав инвесторов, упрощение налогообложения

субъектов туристической отрасли, ускорение процедур, связанных с использованием и приобретением недвижимости, земельных участков и проведением строительных работ. Однако все большее число государств при совершенствовании нормативно-правовой базы, являющейся основой создания и осуществления устойчивой туристической политики, уделяет внимание укреплению правовых институтов<sup>6</sup> [7–9].

Туризм можно рассматривать как катализатор роста отраслей с высокой добавленной стоимостью. Для определения направлений совершенствования туристической индустрии в РФ, повышения ее инвестиционной привлекательности и разработки конкретных, специализированных мер представляется необходимым осуществление следующих мероприятий.

1. Районирование территории России по уровню развитию туризма (вид экономико-географического районирования, основная задача которого заключается в выявлении регионов со сравнительно однородной интенсивностью туристического развития, сходной специализацией и создании сети туристических регионов) [14].

2. Разработка имиджевой политики и брендинга туристических территорий (инструмент повышения экономической ценности территории на различных пространственных уровнях) [15].

<sup>5</sup> Козыбагаров А.А. Зарубежный опыт инвестирования в туризм // Вестник университета Туран. 2015. № 4. С. 166–169; Масилевич Н.А., Войтехович А.Н. Экономика туризма в республике Беларусь: состояние и проблемы развития, возможности привлечения иностранных инвестиций // Труды БГТУ. Экономика и управление. 2012. № 7. С. 74–77; Цаценко Н.А. Особенности привлечения иностранных инвестиций в российскую индустрию туризма с учетом мирового опыта: материалы международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной науки». Уфа, 2014. С. 295–297; Романова М.М., Чернова А.А. Стратегия развития индустрии туризма в Испании: опыт для России // Инициативы XXI века. 2014. № 3. С. 28–30.

<sup>6</sup> Дремина Г.А. Возможности использования внутренних и внешних источников финансирования предпринимательства в сфере туризма: материалы научно-практической конференции «Современное состояние и потенциал развития туризма в России». Омск, 2013. С. 102–104; Козыбагаров А.А. Зарубежный опыт инвестирования в туризм // Вестник университета Туран. 2015. № 4. С. 166–169.

**Таблица 1****Макроэкономические индикаторы мирового туризма в разрезе лидирующих стран, 2010–2016 гг.****Table 1****Macroeconomic indicators of international tourism by leading country, 2010–2016**

Год	Показатель	Франция	США	Испания	Китай	Италия
2010	Турпоток, млн чел.	77,6	60	52,7	55,7	43,6
	Доходы, млрд долл. США	47	137	38,8	45,8	54,6
2011	Турпоток, млн чел.	81,6	62,7	56,2	57,6	46,1
	Доходы, млрд долл. США	54,5	115,6	59,9	48,5	43
2012	Турпоток, млн чел.	83	66,7	57,5	57,7	46,4
	Доходы, млрд долл. США	53,6	126,2	56,3	50	41,2
2013	Турпоток, млн чел.	84,7	69,8	60,7	55,7	47,7
	Доходы, млрд долл. США	56,1	139,6	60,4	51,7	43,9
2014	Турпоток, млн чел.	83,7	75	64,9	55,7	48,6
	Доходы, млрд долл. США	58,1	191,9	45,9	44	65,1
2015	Турпоток, млн чел.	84,5	77,5	68,5	56,9	50,7
	Доходы, млрд долл. США	44,9	205,4	56,5	45	39,4
2016	Турпоток, млн чел.	82,6	75,6	75,6	59,3	52,4
	Доходы, млрд долл. США	42,5	205,9	60,3	44,4	40,2

*Продолжение таблицы*

Год	Показатель	Великобритания	Германия	Таиланд	Турция	Россия
2010	Турпоток, млн чел.	28,3	26,9	15,9	31,4	22,3
	Доходы, млрд долл. США	32,9	34,7	20,1	22,6	8,8
2011	Турпоток, млн чел.	29,3	28,4	19,1	34,7	22,7
	Доходы, млрд долл. США	35,1	38,9	27,2	23	11,3
2012	Турпоток, млн чел.	29,3	30,4	22,4	35,7	25,7
	Доходы, млрд долл. США	36,2	38,1	33,8	25,7	10,8
2013	Турпоток, млн чел.	31,2	31,5	26,4	37,8	28,4
	Доходы, млрд долл. США	40,6	41,2	42,1	32,3	12
2014	Турпоток, млн чел.	32,6	33	24,8	39,8	25,4
	Доходы, млрд долл. США	46,5	43,3	38,4	29,6	11,8
2015	Турпоток, млн чел.	34,4	35	29,9	39,5	26,7
	Доходы, млрд долл. США	45,5	36,9	44,9	26,6	8,4
2016	Турпоток, млн чел.	35,8	35,6	32,6	25,4	24,6
	Доходы, млрд долл. США	39,6	37,4	49,9	18,7	7,8

*Источник:* составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>*Source:* Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>**Таблица 2****Динамика основных макроэкономических индикаторов международного туризма 2011–2016 гг., % к предыдущему году****Table 2****Trends in key macroeconomic indicators of international tourism during 2011–2016, percentage points year-on-year**

Период, гг.	Показатель	Франция	США	Испания	Китай	Италия
2010–2011	Турпоток	5,2	4,5	6,6	3,4	5,7
	Доходы	16	–15,6	54,4	5,9	–21,2
2011–2012	Турпоток	1,7	6,4	2,3	0,2	0,7
	Доходы	–1,7	9,2	–6	3,1	–4,2
2012–2013	Турпоток	2	4,6	5,6	–3,5	2,8
	Доходы	4,7	10,6	7,3	3,4	6,6
2013–2014	Турпоток	–1,2	7,4	6,9	–	1,9
	Доходы	3,6	37,5	–24	–14,9	48,3
2014–2015	Турпоток	1	3,3	5,5	2,2	4,3
	Доходы	–22,7	7	23,1	2,3	–39,5
2015–2016	Турпоток	–2,2	–2,5	10,4	4,2	3,4
	Доходы	–5,3	0,2	6,7	–1,3	2

Продолжение таблицы

Период, гг.	Показатель	Великобритания	Германия	Таиланд	Турция	Россия
2010–2011	Турпоток	3,5	5,6	20,1	10,5	1,8
	Доходы	6,7	12,1	35,3	1,8	28,4
2011–2012	Турпоток	–	7	17,3	2,9	13,2
	Доходы	3,1	–2,1	24,3	11,7	–4,4
2012–2013	Турпоток	6,5	3,6	17,9	5,9	10,5
	Доходы	12,2	8,1	24,6	25,7	11,4
2013–2014	Турпоток	4,5	4,8	–6,1	5,3	–10,6
	Доходы	14,5	5,1	–8,8	–8,4	–1,7
2014–2015	Турпоток	5,5	6,1	20,6	–0,8	5,1
	Доходы	–2,2	–14,8	16,9	–10,1	–28,8
2015–2016	Турпоток	4,1	1,7	9	–35,7	–7,9
	Доходы	–13	1,4	11,1	–29,7	–7,1

Источник: составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>

Source: Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>

### Таблица 3

Рейтинг конкурентоспособности туристической индустрии стран-лидеров и РФ в 2015 и 2017 гг.

Table 3

Tourism competitiveness rating on the leading countries and Russian Federation in 2015 and 2017

Страна	Ранг <i>TTCI</i> (2015 г.), место	Ранг <i>TTCI</i> (2017 г.), место
Испания	1-е	1-е
Франция	2-е	2-е
Германия	3-е	3-е
Япония	9-е	4-е
Великобритания	5-е	5-е
США	4-е	6-е
Австралия	7-е	7-е
Италия	8-е	8-е
Канада	10-е	9-е
Швейцария	6-е	10-е
Россия	45-е	43-е

Источник: составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>

Source: Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>

**Таблица 4****Значения и рейтинг факторов конкурентоспособности туризма стран-лидеров и РФ за 2015 и 2017 гг.****Table 4****Values and ratings of tourism competitiveness factors in the leading countries and Russian Federation in 2015 and 2017**

Страна	Год	Показатель	Субиндекс А	Субиндекс В	Субиндекс С	Субиндекс D	Итоговый TICI
Испания	2015	Место в рейтинге	35-е	8-е	2-е	4-е	1-е
		Значение индекса	5,26	4,66	5,68	5,64	5,31
	2017	Место в рейтинге	30-е	7-е	4-е	3-е	1-е
		Значение индекса	5,5	4,8	5,6	5,9	5,4
		Изменения, % (2015–2017 гг.)	4,56	3	–1,41	4,61	1,69
США	2015	Место в рейтинге	24-е	38-е	3-е	10-е	4-е
		Значение индекса	5,47	4,33	5,64	5,03	5,12
	2017	Место в рейтинге	25-е	58-е	1-е	11-е	6-е
		Значение индекса	5,6	4,3	5,7	4,9	5,1
		Изменения, % (2015–2017 гг.)	2,38	–0,69	1,06	–2,58	–0,39
Япония	2015	Место в рейтинге	13-е	26-е	31-е	11-е	9-е
		Значение индекса	5,76	4,41	4,65	4,93	4,94
	2017	Место в рейтинге	13-е	11-е	13-е	7-е	4-е
		Значение индекса	5,8	4,7	5,1	5,4	5,3
		Изменения, % (2015–2017 гг.)	0,69	6,58	9,68	9,53	7,29
Россия	2015	Место в рейтинге	62-е	99-е	49-е	23-е	45-е
		Значение индекса	4,86	3,87	4,05	3,05	4,08
	2017	Место в рейтинге	60-е	87-е	45-е	27-е	43-е
		Значение индекса	5	4,1	4	3,5	4,2
		Изменения, % (2015–2017 гг.)	2,88	5,94	–1,23	14,75	2,94

Источники: составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>Source: Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>



**Таблица 5**  
**Модели управления индустрией туризма**

**Table 5**  
**Tourism management models**

Модель	Основные положения	Примеры
Восточная	Характеризуется наличием сильного и авторитарного министерства, регламентирующего деятельность всей отрасли. Для реализации необходимы значительные финансовые вложения средств в отрасль и инфраструктуру, а также в организацию продвижения национального турпродукта за рубежом	Турция, Египет, Тунис, Таиланд
Европейская	Вопросы развития туризма решаются на уровне многоотраслевого министерства, как правило, имеющего экономический уклон и работающего в двух направлениях: государственное регулирование туризма (нормативно-правовое обеспечение, международное сотрудничество в сфере туризма и др.) и осуществление маркетинговой деятельности, участие в выставках, руководство представительствами за рубежом	Франция, Испания, Италия, Великобритания
Американская	Предполагает отсутствие центральной государственной администрации и решение различных вопросов на основе рыночной самоорганизации	Страны с высокоразвитой рыночной экономикой (США)

Источник: [6]

Source: [6]

**Таблица 6**  
**Сравнительный анализ реализации мер государственной политики в области туризма и путешествий**

**Table 6**  
**Comparative analysis of the implementation of the State policy for tourism and traveling**

Фактор	Содержание	
	Россия	Испания
Нормативно-правовые акты	1) Федеральный закон от 21.07.1997 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации»; 2) Ст. 335.35. «Льготы для отдельных категорий физических лиц и организаций» НК РФ; 3) Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»; 4) Указ Президента РФ от 18.11.2004 № 1453 «О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту»; 5) пост. Правительства РФ от 18.07.2007 № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта»; 6) пост. Правительства РФ от 29.05.2008 № 408 «О Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации»; 7) пост. Правительства РФ от 11.12.1998 № 1488 «О медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в Российской Федерации, и российских граждан при выезде из Российской Федерации»; 8) Положение об оказании помощи по страховым случаям гражданам Российской	1) закон 50/1985 от 27 декабря: включает основные положения относительно деятельности системы региональных инициатив, финансируемых испанским правительством; 2) Королевский Декрет 899/2007 от 6 июля, а также Королевский Декрет 303/2015 от 24 апреля: перечислены типы регионов, имеющих право на получение помощи, и максимальные объемы инвестиций, приоритетные для инвестирования направления деятельности, одним из которых выступают туристские учреждения и создание дополнительных зон отдыха с акцентом на использование инновационных технологий, в особенности для улучшения экологической ситуации в регионе; 3) закон «О компетенции в области туризма» и Декрет «О деятельности частных туристских предприятий» от 14.01.1965 (статьи по туризму регулируют отношения между продавцом туристского продукта и туристом, а также ряд условий, на которых юридическим и физическим лицам разрешается заниматься туристским бизнесом, порядок предоставления услуг, а также меры контроля со стороны государства). Кроме общенационального

	Федерации, находящимся на территории иностранного государства, утв. пост. Правительства РФ от 01.10.1998 № 1142. Можно сделать вывод о специализации нормативно-правовых актов на деятельности отдельных субъектов и органов регулирования, но приоритет туристической сферы выражен не ярко		закона, каждая из 17 автономий имеет свое собственное законодательство по туристической деятельности, основные положения которого соответствуют упомянутому закону; 4) закон «О комбинированных путешествиях» от апреля 1996 г. определяет права и обязанности как туристской организации, так и самого потребителя туристских услуг; 5) для бюджетной стабильности был принят Королевский Указ 20/2012, предусматривающий повышение налоговых ставок, применяемых в НДС, что оказало влияние на сферу туризма	
Программы	1) Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г.; 2) Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.); 3) Региональные программы по развитию туризма; 4) Конкурсная грантовая поддержка предпринимателей, реализующих проекты в сфере туризма	<b>Оценка:</b> Программы носят общий характер. Их наличие не убеждает международных экспертов в приоритетности развития туристической отрасли для государства	Наличие общих программ и планов о развитии отдельных видов туризма: 1) Туристический план Horizonte 2020; 2) «Национальный всеобъемлющий туристский план» (Plan Nacional e Integral de Turismo-PNIT); 3) план маркетинговой стратегии (Plan Estrategico de Marketing); 4) комплексный план качества туризма Испании (Plan de Calidad del Turismo Espanol), План побережья XXI века (Plan Litoral XXI); 5) «Всеобъемлющий план сельского туризма» и др.	<b>Оценка:</b> Осуществление не только всеобъемлющих, но и узконаправленных планов. Стоит отметить, что большая часть программ посвящена мерам и действиям для решения современных требований рынка с целью диверсификации туристических продуктов на основе имеющегося опыта и качества предоставления услуг
Степень участия государства в управлении отраслью	Степень участия меняется в зависимости от масштаба планируемых событий (например, Олимпиада 2014 г. в Сочи, Чемпионат мира по футболу 2018 г.)		Постоянно поддерживается на высоком уровне	
Наличие органов управления	Система управления туризмом на федеральном уровне в РФ представлена двумя федеральными органами исполнительной власти – Министерством культуры РФ, Федеральным агентством по туризму РФ (Ростуризм), а также их региональными органами на уровне субъектов РФ (косвенного регулирования деятельности в сфере туризма касаются более 15 министерств, однако только в пределах государственных границ)		Сфера туризма Испании входит в компетенцию министерства экономики и финансов, которой руководит Государственный секретариат по торговле, туризму, среднему и малому бизнесу. В подчинении секретариата находятся Главное управление по туризму, Испанский институт туризма Turespana, Институт туристских исследований и некоторые другие институты, Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и выработка стратегических направлений)	
Наличие особых экономических зон	Наличие 7 особых туристско-рекреационных экономических зон, на	<b>Оценка:</b> Особыми экономическим и зонами могут	Состоит из 17 региональных автономных сообществ, каждое из	<b>Оценка:</b> Территориальная разобщенность является одним из

	территории которых возможно снятие 30% ограничений на перенос убытков на последующие налоговые периоды; применение к основной норме амортизации специального коэффициента; возможность установления пониженной ставки налога на прибыль	становиться территории, отвечающие следующим условиям: отраслевая направленность, выгодное положение (близость к границам, выход к морю, наличие зон для организации отдыха); незанятые площади (для размещения новых предприятий), что ограничивает возможности регионов в получении привилегий	которых имеет свои собственные культурно-исторические, экономические и политические особенности; особые экономические туристические зоны отсутствуют	важнейших направлений деятельности испанских властей, общей экономической политики. Туризм помогает сглаживать эти территориальные дисбалансы, создавая новые рабочие места, модернизируя инфраструктуру и т.д.
Объем государственного финансирования	За 2016 г. согласно программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011–2018 гг.): 261,64 млн евро		За 2016 год: 313,96 млн евро	
Тип управления	Европейская модель			

*Источник:* составлено авторами на основе [6–9]

*Source:* Authoring, based on [6–9]

**Таблица 7**
**Инструменты стимулирования инвестиционной и предпринимательской активности**
**Table 7**
**Tools for boosting the investment and entrepreneurial activity**

<b>Инструмент</b>	<b>Разновидности</b>	<b>Страна</b>
Упрощение системы налогообложения	Введение льготных налоговых режимов и ставка отчислений амортизации инвесторам	Испания, Греция
	Наличие особой системы налогообложения для развития туризма (освобождение инвесторов от уплаты налогов с начала эксплуатации предприятия, при реконструкции или расширении – возобновление льготного срока)	Египет
	Возможность самостоятельного исчисления налоговых платежей	Китай, Турция, Канада
	Освобождение инвестиций в сферу туризма от ввозной пошлины на длительный срок	Панама
Упрощение процедур с недвижимостью и земельными участками	Создание нерезидентами вторичных резиденций (как одно из направлений гостиничного бизнеса), не требующих постоянного проживания владельца	США, Франция, Испания
	Сдача земельный участков на длительный срок (до 50 лет) за незначительную плату с условием строительства гостиницы (с освобождением от налогов, выдачей беспроцентного кредита)	Турция, также опыт был успешно использован в Египте и Тунисе
	Свободное приобретение недвижимости и земельных участков иностранными инвесторами с последующим освобождением от ежегодного налога и возможностью приобретения статуса резидента	Египет
Упрощение процедур, связанных с осуществлением строительных работ	Введение системы «одного окна»	Гонконг, Чили
	Получение разрешения на строительство в короткие сроки	Польша
	Введение системы рассмотрения строительных документов с учетом факторов и уровня риска	Германия, Сингапур
Защита прав инвесторов	Предоставление иностранным инвесторам всех прав, что и национальным компаниям	Турция
	Возможность отмены сделок в досудебном порядке	США, Бразилия
	Возможность доступа ко всем необходимым корпоративным документам до и при проведении судебных разбирательств	Ирландия, Израиль, Швеция, Япония
	Введение требований о проведении сторонней экспертизы сделок	Австралия, Ирландия
	Возможность регулирования заключения и утверждения сделок	Франция, Великобритания

*Источник:* составлено авторами на основе [9–13]

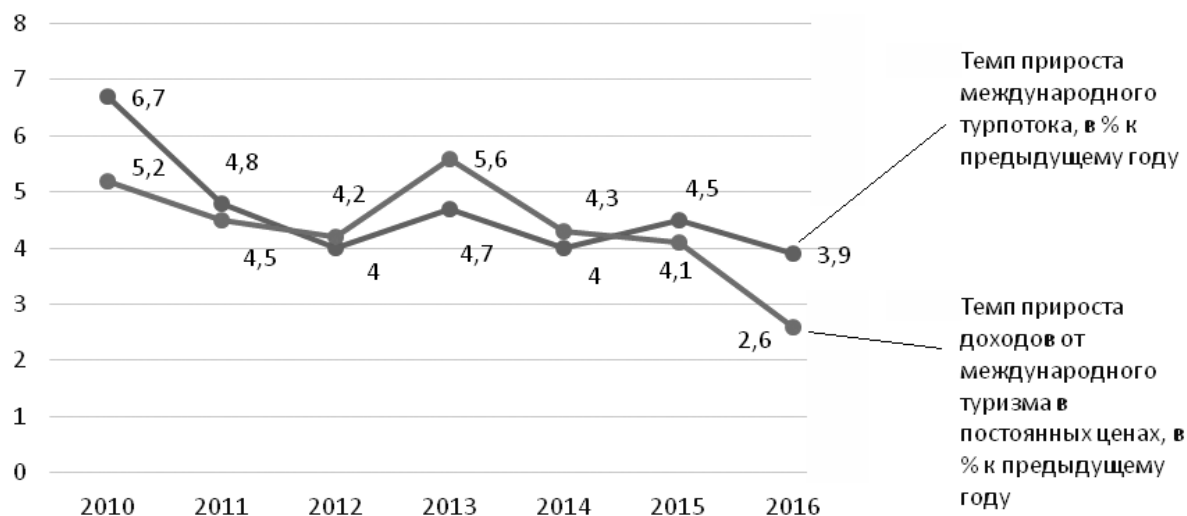
*Source:* Authoring, based on [9–13]

**Рисунок 1**

**Динамика развития мирового туризма 2010–2016 гг.**

**Figure 1**

**Trends in tourism development worldwide, 2010–2016**



*Источник:* составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>

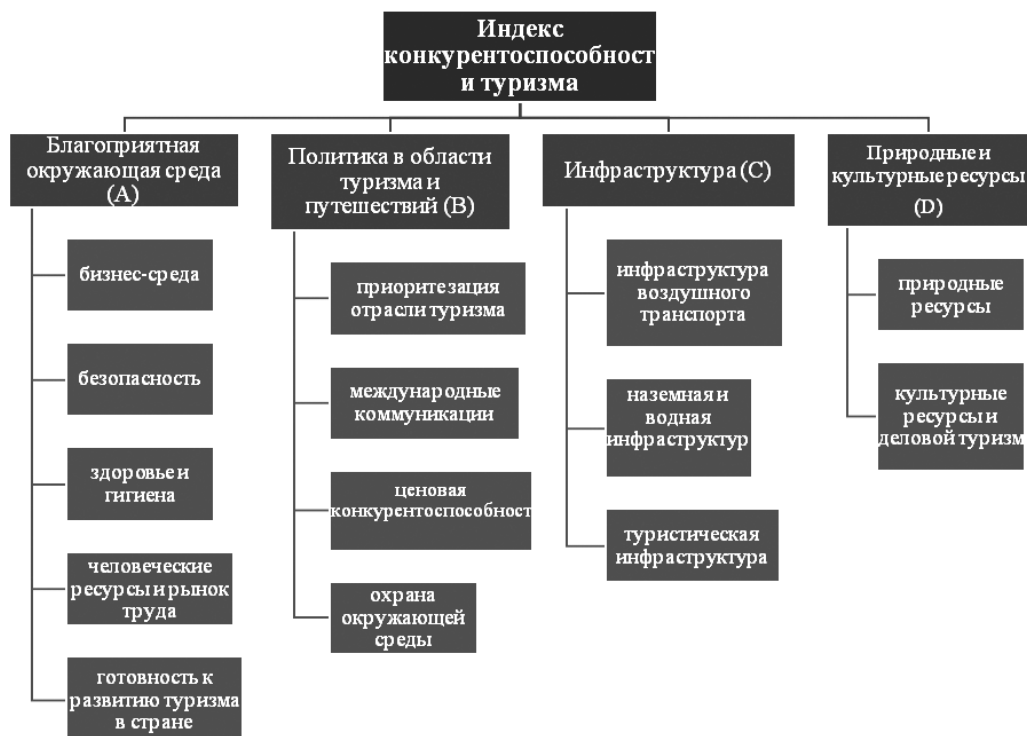
*Source:* Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>

**Рисунок 2**

**Структура индекса конкурентоспособности туризма**

**Figure 2**

**A structure of Tourism Competitiveness Index**



*Источник:* составлено авторами на основе данных Всемирного экономического форума. URL: <http://weforum.org>

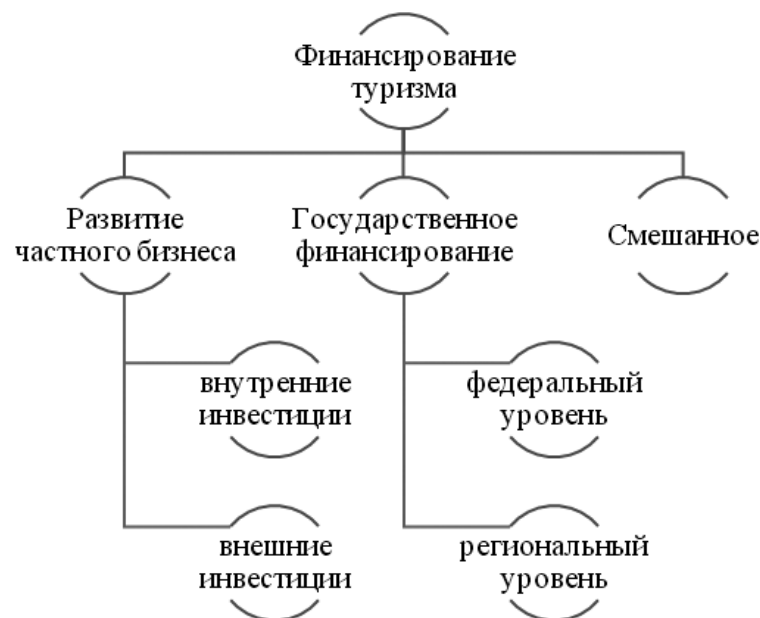
*Source:* Authoring, based on World Economic Forum data. URL: <http://weforum.org>

**Рисунок 3**

**Основные сферы генерирования инвестиций для туристической отрасли**

**Figure 3**

**The main areas for the tourism industry to generate investment**



Источник: составлено авторами

Source: Authoring

### Список литературы

1. Болодурина М.П., Мишурова А.И. Систематизация критериев для определения инвестиционной привлекательности туристического потенциала территории // *Инновационное развитие экономики*. 2017. № 2. С. 61–67.
2. Кульгачёв И.П., Низовцева А.И. Россия в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма // *Молодой ученый*. 2016. № 6. С. 477–482.
3. Бухер С. Конкурентоспособность туризма на глобальном туристическом рынке // *Экономика региона*. 2016. Т. 12. № 1. С. 240–250.
4. Гусева М.С., Амелькина Д.В. Взаимодействие государства и бизнеса в развитии внутреннего и въездного туризма // *Ars Administrandi*. 2017. Т. 9. № 2. С. 217–236.
5. Заернюк В.М., Филимонова Н.Н. Стимулирование инвестиционной активности в туристическом комплексе России // *Сервис в России и за рубежом*. 2013. № 3. С. 53–64.
6. Бессонова Г.Б. Организационные модели государственного регулирования туризма за рубежом // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2016. № 1. С. 21–24.
7. Симонова М.М. Формы и методы государственного регулирования туризма в Испании // *Научный вестник МГИИТ*. 2015. № 2. С. 34–41.
8. Абдихалыков А.А. Современное состояние развития туризма в зарубежных странах // *Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана*. 2014. Т. 220. № 4. С. 3–6.

9. Вязовская В.В. Туризм в экономическом развитии регионов (на примере Испании) // Российский внешнеэкономический вестник. 2017. № 4. С. 33–40.
10. Родионова Н.С., Асмолова Е.В., Пащинская Л.И. Инвестиционные процессы в туризме // Культура физическая и здоровье. 2009. № 1. С. 65–67.
11. Горностаева Л.А. Привлечение иностранных инвестиций в индустрию туризма // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 8. С. 60–63.
12. Мищенко Я.В. Межстрановой анализ конкурентоспособности туристской отрасли // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-4. С. 708–712.
13. Кабанова Е.Е., Егоршев И.А. Зарубежный опыт развития туризма // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 3. С. 46–51.
14. Большаник П.В. Туристское районирование США // Вестник Югорского государственного университета. 2016. № 4. С. 7–12.
15. Луценко Е.Л., Николаева П.С., Голик А.С. Имидж региона как инструмент инвестиционной привлекательности // Вестник НГИЭИ. 2016. № 7. С. 66–71.

#### **Информация о конфликте интересов**

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.



## ADAPTATION OF FOREIGN EXPERIENCE OF THE TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT AS A GROWTH DRIVER OF THE NATIONAL ECONOMY

Marina P. BOLODURINA<sup>a,\*</sup>, Anastasiya I. MISHUROVA<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Orenburg State University, Orenburg, Russian Federation  
bolodurina@inbox.ru  
ORCID: not available

<sup>b</sup> Orenburg State University, Orenburg, Russian Federation  
stu.ru\_5032@mail.ru  
ORCID: not available

\* Corresponding author

### Article history:

Received 30 October 2017  
Received in revised form  
19 November 2017  
Accepted 18 December 2017  
Available online  
16 January 2018

**JEL classification:** D04, D78,  
E66, F43, P51

**Keywords:** tourism industry,  
growth driver, investment  
activity, investment  
attractiveness

### Abstract

**Importance** A competitive tourism product can be created for the world market, if public authorities and private structures take a comprehensive approach to developing the tourism industry, which allows to systemically influence certain components of tourism, and promote the domestic product in the international market.

**Objectives** The research systematizes foreign experience in developing the State policy for tourism and traveling. We analyze international practices of initiating the investment and entrepreneurial activity in the tourism sector and positioning of the tourism industry as the national economy growth driver.

**Methods** In this research we examine international competencies in implementing administrative practices aimed to develop economic modernization projects. We use the general scientific methods of research, such as a system-structural method, scientific abstraction, analysis and synthesis, comparative analysis.

**Results** We determine areas where investment in the tourism industry of the Russian Federation is generated. We carry out a comparative analysis of the way measures of the State policy for tourism and traveling are implemented in Russia and Spain. The research identifies international tools for encouraging the investment and entrepreneurial activities and possibilities of their adaptation to the Russian economy.

**Conclusion and Relevance** To generate investment in tourism, it is necessary to identify the cause-effect relationships between the business environment of territories and investment activity of economic entities. When developing the Russian economy modernization programs, international tourism leaders' experience shall be considered, with tools for stimulating the investment and entrepreneurial activity being adapted to domestic realities.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

**Please cite this article as:** Bolodurina M.P., Mishurova A.I. Adaptation of Foreign Experience of the Tourism Industry Development as a Growth Driver of the National Economy. *National Interests: Priorities and Security*, 2018, vol. 14, iss. 1, pp. 19–36.  
<https://doi.org/10.24891/ni.14.1.19>

### References

1. Bolodurina M.P., Mishurova A.I. [Systematization of criteria for determining the investment attractiveness of the tourist potential of the territory]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki* = *Innovative Development of Economy*, 2017, no. 2, pp. 61–67. (In Russ.)
2. Kul'gachev I.P., Nizovtseva A.I. [Russia in the global rating by Travel and Tourism Competitiveness Index]. *Molodoi uchenyi* = *Young Scientist*, 2016, no. 6, pp. 477–482. (In Russ.)

3. Bucher S. [Competitiveness of the Russian Federation in the global tourism market]. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2016, vol. 12, no. 1, pp. 240–250. (In Russ.)  
URL: <https://doi.org/10.17059/2016-1-18>
4. Guseva M.S., Amel'kina D.V. [Interaction of the State and business in the development of domestic and inbound tourism]. *Ars Administrandi*, 2017, vol. 9, no. 2, pp. 217–236. (In Russ.)  
URL: <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2017-2-217-236>
5. Zaernyuk V.M., Filimonova N.N. [Stimulation of a tourist complex investment activity]. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad*, 2013, no. 3, pp. 53–64. (In Russ.)
6. Bessonova G.B. [Organizational models of State regulation of tourism abroad]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Saratov State Socio-Economic University*, 2016, no. 1, pp. 21–24. (In Russ.)
7. Simonova M.M. [Forms and methods of State regulation of tourism in Spain]. *Nauchnyi vestnik MGIIIT = Scientific Bulletin MSIIT*, 2015, no. 2, pp. 34–41. (In Russ.)
8. Abdikhalykov A.A. [Current status of development of tourism in foreign countries]. *Uchenye zapiski Kazanskoi gosudarstvennoi akademii veterinarnoi meditsiny im. N.E. Bauman = Scientific Notes of the Bauman Kazan State Academy of Veterinary Medicine*, 2014, vol. 220, no. 4, pp. 3–6. (In Russ.)
9. Vyazovskaya V.V. [Tourism in the economic regions' development (Case of Spain)]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Journal*, 2017, no. 4, pp. 33–40. (In Russ.)
10. Rodionova N.S., Asmolova E.V., Pashchinskaya L.I. [Investment processes in tourism]. *Kul'tura fizicheskaya i zdorov'e = Physical Culture and Health*, 2009, no. 1, pp. 65–67. (In Russ.)
11. Gornostaeva L.A. [Attraction of foreign investments in the tourism industry]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Socio-Economic Phenomena and Processes*, 2011, no. 8, pp. 60–63. (In Russ.)
12. Mischenko Ya.V. [Intercountry analysis of tourism sector competitiveness]. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy = International Journal of Applied and Fundamental Research*, 2015, no. 12-4, pp. 708–712. (In Russ.)
13. Kabanova E.E., Egorshchikov I.A. [Foreign experience of tourism development]. *Materialy Afanas'evskikh chtenii = Materials of the Afanasyev Readings*, 2016, no. 3, pp. 46–51. (In Russ.)
14. Bol'shanik P.V. [US tourist regionalization]. *Vestnik Yugorskogo gosudarstvennogo universiteta = Yugra State University Bulletin*, 2016, no. 4, pp. 7–12. (In Russ.)
15. Lutsenko E.L., Nikolaeva P.S., Golik A.S. [Image of the region as tool of investment attraction]. *Vestnik NGIEI = Bulletin of NGII*, 2016, no. 7, pp. 66–71. (In Russ.)

### **Conflict-of-interest notification**

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.