

Роль туризма в международной торговле услугами

УДК 339.5(100) : 338.48
ББК 65.428(0) : 65.433
С-131

Ю.А. Савинов,

доктор экономических наук, профессор, Всероссийская академия внешней торговли, кафедра технологии внешнеторговых сделок - профессор,

А.В. Скурова,

кандидат экономических наук, Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, кафедра английского языка №2 - преподаватель

А.А. Уткин,

Всероссийская академия внешней торговли, кафедра международной торговли и внешней торговли РФ - аспирант

Аннотация

Авторы раскрывают значение въездного и выездного туризма в развитии международной торговли услугами, показывают структуру торговли услугами в мировой экономике, темпы прироста экспорта отдельных видов услуг. Специальное внимание уделено анализу факторов развития международного туризма, выделяя растущее значение инновационного туризма. Авторы оценивают влияние повышения уровня дохода на душу населения на развитие выездного туризма, проводят расчеты конкретного влияния по отдельным странам, а также указывают на различия в расходах прибывающих туристов в местах отдыха в отдельных государствах.

Ключевые слова: международный туризм, турист, факторы, рост прибытий, международная торговля услугами, валовый внутренний продукт на душу населения, страна прибытия.

The role of tourism in international trade in services

Y.A. Savinov,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Russian Foreign Trade Academy, Department of foreign trade and international transactions - Professor,

A.V. Skurova,

Candidate of Economic Sciences, Moscow State Institute of International Relations (University) MFA Russia, Department of English language №2 - teacher,

A.A. Utkin,

Russian Foreign Trade Academy,

Department of International Trade and Foreign Trade of RF - Postgraduate student

Abstract

The authors reveal the role of inbound and outbound tourism in the development of international trade in services; show the structure of trade in services in the world economy and growth rates of exports of certain types of services. Special attention is paid to the analysis



of the factors of development of international tourism, highlighting the growing importance of innovative tourism. The authors evaluate the effect of the increase in per capita income for the development of outbound tourism with calculations of certain impact for particular countries. Besides, the differences in the expenses of tourist arrivals in recreational areas in individual countries are highlighted.

Keywords: international tourism, tourist arrivals growth factors in some countries, international trade in services, the gross domestic product per capita, the country of arrival.

Услуги представляют один из важнейших сегментов международной торговли, в зависимости от колебаний цен на основные товары, их доля составляет около 1/5 объема мирового экспорта и импорта.

В экономической литературе опубликовано значительное число классификаций услуг в международной торговле. Туризм, как вид услуги, оказываемой за плату, входит в группу деловых и коммерческих услуг, наряду с транспортными услугами и большой группой прочих деловых и коммерческих услуг. Экспорт и импорт услуг занимает значительное место во внешней торговле многих государств (см. таблицы 1 и 2).

Внутри данной группы услуг происходят определенные структурные изменения, связанные с повышенными темпами роста экспорта компьютерных, информационных и некоторых прочих услуг. Доля туристских услуг составляет около 25% всех продаваемых услуг на мировом рынке (см. таблицу 3). Свыше 1 млрд человек ежегодно выезжают и проводят время в других странах с целью туризма.¹

За последние несколько десятилетий международный туризм развивается высокими темпами во всех государствах. Традиционным туристским регионом является Европа, но вместе с тем туристы активно выезжают в государства Африки, Азии и Америки. Благодаря научно-техническому прогрессу дальние расстояния уже не являются барьерами для тех, кто намерен путешествовать. Материальной основой развития спроса на туристские услуги является рост оплаты труда бизнесменов, трудящихся и пенсий – для пенсионеров. Растет интерес к выездам в другие страны со стороны представителей среднего класса: служащих, молодежи, интеллигенции, представителей среднего и малого бизнеса.

¹ Число туристов в мире в 2012 г. превысило миллиард человек. Об этом свидетельствуют данные Всемирной туристской организации. Миллиардным туристом стала британка Дейл Шеппард-Флойд, которая 13 декабря 2012 г. посетила Мадрид. В 2012 году рост туристического рынка продолжался вопреки экономической нестабильности. На туризм приходится 9% мирового ВВП, до 45% экспорта наименее развитых стран и каждое 12-е рабочее место. // Число туристов в мире превысило миллиард человек // <http://vneshmarket.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=315817>



Таблица 1

Основные экспортеры услуг в мировой экономике (в млрд долл.)

Страны-экспортеры	2010	2011	2012	2013	2014
США	563	628	655	687	709
Великобритания	273	305	309	316	342
Германия	225	248	241	261	271
Франция	202	237	238	255	268
Китай (материковый)	171	185	216	208	234
Нидерланды	162	175	168	179	189
Япония	131	137	134	135	163
Индия	117	139	146	149	156
Сингапур	101	119	127	137	140
Испания	113	131	123	129	134
Ирландия	90	105	110	123	134
Бельгия	98	105	107	114	124
Италия	101	110	108	113	117
Швейцария	95	108	108	113	115
Республика Корея	83	91	104	104	107
Гонконг (Китай)	81	91	99	105	106
Люксембург	63	74	77	88	99
Канада	77	85	90	90	86
Швеция	53	62	62	75	77
Дания	61	67	67	71	72
Австрия	53	59	58	64	67
Россия	49	58	62	70	66

Источник: List of exporters for the selected service // http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelService_TS.aspx?nvpm=1|||||S00|1|3|1|2|2|1|2|1

Таблица 2

Основные импортеры услуг в мировой экономике (в млрд долл.)

Страны-импортеры	2010	2011	2012	2013	2014
США	409	436	450	462	476
Китай (материковый)	194	239	282	332	384
Германия	263	295	288	324	328
Франция	182	204	203	231	248
Великобритания	179	189	191	196	204
Япония	165	176	185	171	192
Нидерланды	136	150	143	152	157
Индия	115	125	130	126	148
Ирландия	108	116	119	122	142

Страны-импортеры	2010	2011	2012	2013	2014
Сингапур	101	117	129	142	142
Россия	75	91	109	128	121
Италия	113	119	108	110	115
Бельгия	88	95	98	104	115
Республика Корея	97	103	109	110	115
Канада	98	107	113	112	107

Источник: List of importers for the selected service // http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelService_TS.aspx

Международные потоки туристов превратились в важную составную часть процесса глобализации экономических отношений. В большинстве государств уверенно развивается туристская индустрия, включающая разветвленную материальную базу, предоставляющую рабочие места миллионам людей. В организации туристского бизнеса сходятся направления интереса организаций государства и акционерных компаний, банков, страховых фирм, торговых компаний и др.

Международный туризм играет значительную роль в экономическом развитии, способствуя усилиям в области всестороннего развития регионов, расположенных далеко от индустриальных центров и имеющих недостаточно значительные экономические ресурсы. В ряде стран международный туризм превратился в крупную самостоятельную отрасль экономики, которая занимает главное положение в структуре экономики. Это во многом связано с тем, что международным туристам, выезжающим в другие государства, предоставляется значительный объем услуг, потребляемых туристами во время путешествий за границу. Эти услуги включают доставку туристов в страну и их перемещение по стране прибытия, размещение прибывающих иностранцев, в частности в гостиничной сети, обеспечение их питанием, рекламу туристского продукта, сбыт туристских продуктов, предоставление услуг культурного характера, а также удовлетворение деловых и научных интересов туристов удовлетворению потребностей в развлечениях (казино, аттракционы, ночные клубы и т.д.).²

Индустрия международного туризма имеет специфические свойства: наличие ресурсной ориентации для размещения предприятий туризма; сезонности в предоставлении услуг; развитие информационной инфраструктуры. Международные туристские операции являются не только фактором формирования инвалютного дохода, но и важным фактором повышения престижа государства. Конечно, мы признаем, что международный туризм несет и некоторые негативные последствия: в частности последствия, связанные с разрушением и загрязнением окружающей

² Международный туризм - факторы и условия развития // <http://biofile.ru/geo/15328.html>



среды; инфляцию; нарушение обычаев и традиций и отдельных сторон уклада жизни страны прибытия.

Международные туристические операции, как и внешняя торговля, отражают такое международное разделение труда, при котором ведущая роль принадлежит промышленно развитым государствам. Количество выезжающих обычно составляет около 10% проживающего коренного населения. Такие государства отправляют и принимают многих иностранных туристов: США, Германия, Франция, Великобритания, Италия, Австрия, Швейцария и др.

За последние шесть десятилетий туризм испытал дальнейшее расширение и диверсификацию, превратившись в один из ведущих секторов экономики в мире. Помимо традиционных фаворитов Европы и Северной Америки появились многие новые направления.

Несмотря на периодические потрясения, международные туристские визиты показали практически непрерывный рост – с 25 миллионов в 1950 году до 278 миллионов в 1980, 528 млн в 1995 году и 1035 млн в 2012 году.³

Таблица 3

Структура международной торговли деловыми и коммерческими услугами

Позиции	Объем реализации услуг в 2013 г. (млрд долл.)	Доля в международной торговле услугами (в %)				
		2000	2005	2011	2012	2013
<i>Годы</i>						
Экспорт, все деловые и коммерческие услуги	4 645	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В т.ч. транспортные услуги	905	23,2	22,6	20,5	20,2	19,5
Поездки	1 185	32,0	27,9	24,8	25,1	25,5
Прочие деловые и коммерческие услуги	2 560	44,8	49,3	54,5	54,5	54,9
Импорт, все деловые и коммерческие услуги	4 380	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В т.ч. транспортные услуги	1 165	28,6	28,6	27,4	27,3	26,6
Поездки	1 070	30,1	27,4	23,4	23,9	24,5
Прочие деловые и коммерческие услуги	2 085	41,2	44,0	48,0	47,5	47,6

Источник: International Trade Statistics 2014, P. 121.

³ Развитие туризма - прогнозы до 2030 года // <http://36on.ru/travel/for-tourists/32121-razvitie-turizma-prognozy-do-2030-goda>

Следует отметить, что в международной торговле услугами доля туризма в долгосрочном плане несколько снижается в связи с высокими темпами прироста экспорта деловых и коммерческих услуг. При этом по темпам прироста продаж туристские услуги занимают среднее место среди всех видов деловых и коммерческих услуг, хотя по странам и регионам эти данные существенно меняются.

Таблица 4

Темпы прироста экспорта отдельных видов деловых и коммерческих услуг по регионам мира (в %)

Годы	1990 – 1995	1995 – 2000	2000 – 2005	2005 – 2010	2012	2013
Все виды деловых и коммерческих услуг, всего в т.ч.	8	5	11	9	2	6
Транспортные услуги	7	2	10	7	1	2
Поездки	9	4	8	6	4	7
Прочие деловые и коммерческие услуги	9	8	13	11	2	6

Источник: International Trade Statistics 2014, P. 121.

Экспортно-импортные операции по торговле услугами в целом во многих государствах принадлежат к числу высококонтролируемых правительствами внешнеэкономических отношений. Это связано с особой ролью отдельных отраслей услуг для устойчивого развития экономики. Торгово-политические инструменты, призванные регулировать международную торговлю услугами, достаточно развиты и определяются интересами национальных предпринимателей, которые заинтересованы в том, чтобы ограничить иностранную конкуренцию на национальных рынках.

Около 60% всех туристов, осуществляющих международные поездки, и свыше 50% поступлений от иностранного въездного туризма приходится на европейские государства. Развивающиеся страны сильно различаются в уровне приема туристов из-за рубежа. В группу рассматриваемых государств включаются достаточно малые и высокоспециализированные на предоставлении туристических услуг государства, но поступления от въездного туризма в этих государствах достаточно велики и составляют в ВВП: на Багамах – примерно 60%, на Барбадосе – примерно 30%, на Бермудах – примерно 40%, на Сейшелах – 35% и т.д. В то же время основная часть рассматриваемой группы стран, которые имеют достаточно крупные туристские ре-



сурсы и сравнительно развитую материальную базу, но в то же время более низкий уровень объема предоставляемых туристских услуг – Индонезия, Филиппины, Таиланд, Сингапур, Египет, Марокко, Мексика, Ямайка и др.⁴

По последним опубликованным данным в 2012 году путешествия на праздники и в отпуск занимали чуть более половины всех международных туристских визитов (52% то есть 536 млн визитов). Около 14% международных туристов сообщили о деловой поездке и еще 27% приехали для других целей, например, в гости к друзьям или родственникам, по религиозным причинам (паломничество, на лечение и т.д.). Оставшиеся 7% цель своего визита не раскрыли. Немногим более половины всех путешественников прибыли к месту назначения по воздуху (52%) в 2012 году, а остальные поездки совершались наземным транспортом (48%): по дороге (40%), железнодорожным транспортом (2%) или по воде (6%). Со временем доля воздушного транспорта будет только расти, показывая более высокие темпы, чем наземный транспорт, поэтому доля воздушного транспорта всегда увеличивается.

Согласно долгосрочным прогнозам ЮНВТО (Всемирной туристской организации ООН) международный туризм будет расти на 3,3% в год в период с 2010 по 2030 год и численность туристов достигнет 1,8 млрд к 2030 году. В период между 2010 и 2030, среднегодовой темп прироста выездов в развивающиеся страны составит 4,4% в год, что превысит в два раза темпы прироста выездов в страны с развитой экономикой (2,2% в год). Доля рынка туристских услуг стран с развивающейся экономикой, составлявшая в 1980 г. 30%, увеличилась в 2012 г. до 47% и, по прогнозам, может повыситься до 57% в 2030 г., что составит свыше 1 млрд туристских визитов.⁵

В мировом экспорте коммерческих услуг на долю России в 2010 г. приходилось лишь 1,2%, хотя доля страны в экспорте товаров равна примерно 2,5%. Это свидетельствует об относительно низком уровне участия фирм России в международной торговле услугами, и в то же время говорит о недостаточной вовлеченности данного сектора услуг во внешнеэкономической деятельности. По нашему мнению, имеющиеся возможности развития экспорта услуг свидетельствуют о наличии нереализованного потенциала российского экспорта в секторе услуг. И этот потенциал в отношении экспорта услуг, по нашему мнению, существенно выше, чем по готовым изделиям.

Несмотря на то что экспорт услуг России играет в целом незначительную роль в общем экспорте товаров и услуг и почти вдвое уступает импорту услуг, именно в сфере услуг, на наш взгляд, кроется существенный потенциал совершенствования международной специализации страны, расширения и диверсификации несырьевого экспорта. В сфере услуг могут быть эффективным образом мобилизованы

⁴http://edu.dvgups.ru/metdoc/cgu/sots_kult_servis/ekon_turizm/metod/kovineva_klek/webumk/frame/3.htm

⁵ Развитие туризма - прогнозы до 2030 года // <http://36on.ru/travel/for-tourists/32121-razvitie-turizma-prognozy-do-2030-goda>

наиболее сильные национальные конкурентные преимущества, а именно сохраняющийся высокий интеллектуальный, научно-технический и технологический потенциал и огромная, географически выгодно расположенная, обладающая исключительным природным, культурно-историческим, этническим разнообразием территория, что создает благоприятные предпосылки для динамичного развития экспорта услуг транспортного и туристического характера.⁶

Предоставление туристских услуг на внешний рынок представляет собой одно из важнейших направлений в торговле услугами. По данным Банка России, в 2013 году российский экспорт услуг составил порядка 70 млрд долл. В структуре экспорта услуг на поездки приходилось лишь 17%, а на транспорт – 30%.⁷

Больше всего в нашу страну в 2014 году приехало туристов из Китая – 409,8 тыс. человек (+10%). На втором месте оказалась Германия, откуда приехало к нам 349,5 тысяч туристов (минус 8%), на третьем месте США – 162,1 тысяч туристов (минус 17,8%). Четвертое место заняла Турция, поднявшаяся на одну позицию вверх с турпоток в 134,7 тысяч человек (+10%). Замыкает пятерку лидеров Великобритания, которая в 2013 году находилась на четвертом месте: в прошлом сезоне Россию посетило 134,3 тыс. британских туристов (минус 15%). В топ-10 также вошли Израиль, Италия, Франция, Республика Корея и Финляндия.⁸

При анализе направлений и темпов расширения международного туризма большое внимание уделяется анализу факторов его развития.

Факторы развития международного туризма. За последние несколько десятилетий операции по международному туризму прошли достаточно насыщенный период развития: от периода преимущественного выезда за границу граждан аристократического происхождения в XIX – начале XX в., характерной чертой того периода был выезд за границу индивидуально, туристами того времени были представители состоятельных сословий. На смену тому периоду в конце XX в. пришел период массового туризма.

Анализ направлений развития международной туристической активности дает возможность выявить несколько стимулов, благодаря которым стал развиваться рынок международных туристских услуг. Во-первых, это факторы формирования потенциала развития рынка, включающие социально-экономические, демографические, материально-технические и политические.

Во-вторых, факторы, стимулирующие рост спроса на туристские услуги. Их можно разделить на две группы:

⁶ Спартак А.Н. Перспективные направления участия России в международной торговле услугами // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. - №9, С. 29.

⁷ Особенности экспорта продукции. Экспорт услуг // <http://www.rusexporter.ru/export-features/1977/>

⁸ Борисов П. Статистика российского туризма за 2014 год: выездной турпоток упал на 4%, въездной – на 3% // <http://www.tourprom.ru/news/28197/>



□ статичные, имеющие определенную, неизменную во времени основу, содержащую показатели эндогенного роста. В эту группу прежде всего включается туристский потенциал региона или страны, который выражается в наличии и уровне качества географических, культурных и исторических ресурсов, то есть способность принимающей страны предложить новые, инновационные туристские продукты;

□ динамичные – политического, социально-демографического, финансово-экономического и материально-технического характера.⁹

Факторы природного и климатического характера могут включать различные природно-рекреационные возможности отдыха, например, изрезанность береговой линии и наличие морских пляжей. Для многих отдыхающих стремление попасть в такие места отдыха связано с наличием именно этих факторов. Именно поэтому южные страны с комфортным климатом достаточно привлекательны для приезда отдыхающих иностранных туристов, тогда как в северных странах приезд туристов связан в основном с посещением культурных и исторических памятников. Тем не менее, следует отметить, что значение историко-культурных ресурсов увеличивается с ростом уровня образования и познавательной потребности людей. Большое влияние на рост туризма и расширение его социальной базы оказывают материально-технические факторы. Основные из них связаны с развитием средств транспорта, размещения, связи, предприятий общественного питания, розничной торговли, сервиса.¹⁰

Наличие памятников культуры и истории – это разнообразные памятники архитектуры и исторического развития. Эндогенное развитие культурно-исторической основы послужило формированию инновационных элементов в коммерческих предложениях туристских продуктов. Сам по себе термин «инновация» происходит от латинского «inovatis» («in» – в, «vatis» – новый) и означает введение чего-то нового, модернизацию, реформу. Сегодня применение инноваций весьма актуально и для такой сферы деятельности, как туризм. С момента формирования основ теории инноваций содержание этого понятия расширялось и дополнялось, отражая новейшие стороны активизации деятельности общественного производства. В настоящее время в сущности понятия «инновация» в туризме выделяют глобальный, экономический, организационный, правовой, социальный, экологический, качественный, информационный аспекты и аспект трудовой деятельности.¹¹ В соответствии с качественным аспектом, инновация в туризме рассматривается как

⁹ Факторы развития туризма // <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/factory-razvitiya-turizma.html>

¹⁰ Международный туризм - факторы и условия развития // <http://biofile.ru/geo/15328.html>

¹¹ Поклонский Ф.Е. Особенности сущности понятия «инновация» в туризме // Вестник Донецкого института туристического бизнеса. - 2008. - №12. - С.155-159.

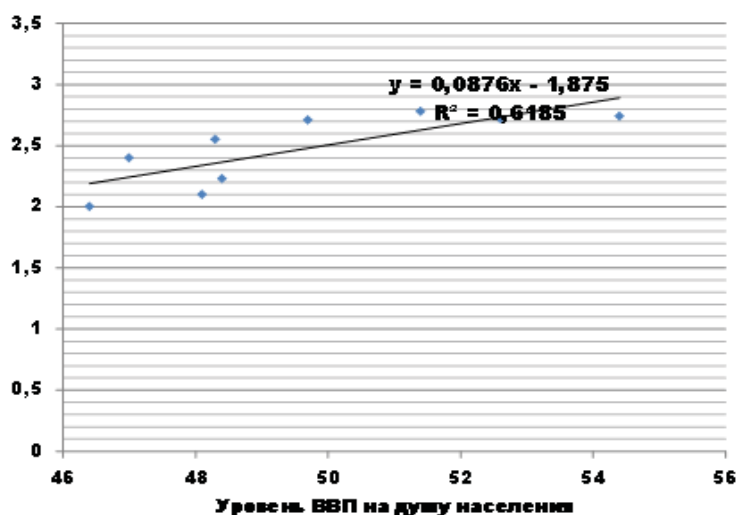
способ удовлетворения постоянно растущих потребностей и запросов туристов в совершенствовании различных форм отдыха, развлечения, путешествий и т.д. Современный турист не хочет довольствоваться традиционными формами отдыха и проведения досуга. Ему нужен отдых, позволяющий получить новые впечатления, ощущения и опыт.¹² В связи с этим, разработка и реализация инновационных проектов в туризме является очень перспективным направлением.

Для оценки учета влияния различных факторов на развитие международного туризма целесообразно взять для анализа влияние двух важнейших факторов – экономического (прежде всего рост дохода на душу населения в стране-импортере услуг) и инновационного (базирующегося на новых элементах коммерческих предложений со стороны стран-экспортеров услуг международного туризма).

Наличие определенного для данной страны дохода создает материальный базис, служащий основой принятия решения о выезде с туристскими целями в другую страну.

Рисунок 1

Выезд туристов из США во Францию (млн. чел.) в зависимости от прироста ВВП на душу населения



¹² Агаркова-Лях И.В. Опыт инновационной деятельности в туризме (на примере международного центра экспериментальной археологии и инновационной педагогики «Кара-Тобе») // http://tourlib.net/statti_tourism/agarkova.htm

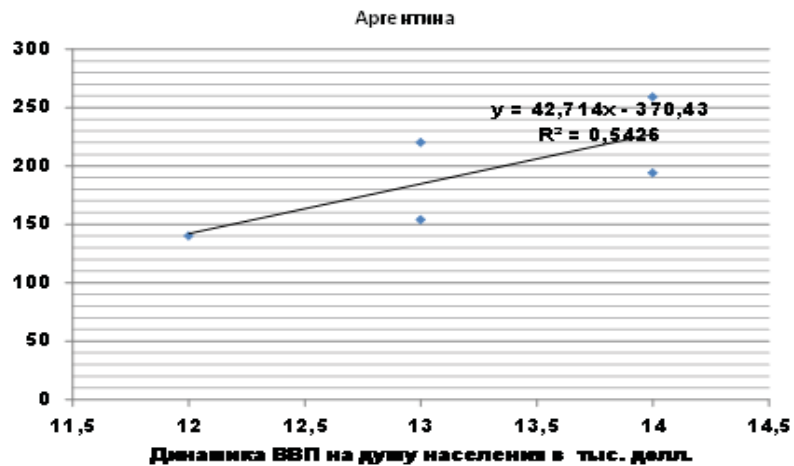


Определим в частности насколько повышенный уровень дохода на душу населения и его изменения влияют на выездной туризм. Для этого сравним потоки туристов во Францию, например, из США и других стран – Аргентины и России. За период с 2006 по 2014 гг. уровень ВВП США на душу населения повысился с 46,4 до 54,4 тыс. долл. В эти же годы поток туристов из США во Францию увеличился с 2 до 2,74 млн чел. С помощью уравнения корреляции установим зависимость выезда американских туристов во Францию за эти годы. Из приводимого ниже графика с уравнением можно увидеть достаточно высокий уровень корреляции параметров (см. рисунок 1).

Также сравнительно высокий коэффициент корреляции наблюдается и при повышении ВВП на душу населения и росте потока туристов во Францию для таких стран, как Аргентина ($K = 0,54$) (см. рисунок 2).

Рисунок 2

Выезд туристов из Аргентины во Францию (тыс. чел.) в зависимости от прироста ВВП на душу населения

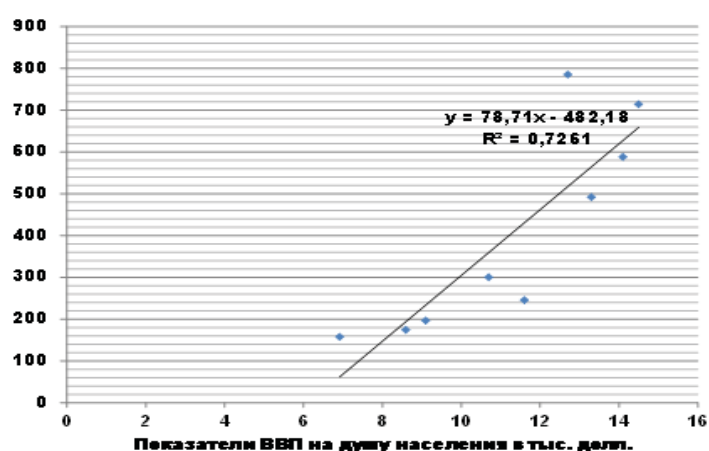


После принятия решения о выезде с туристскими целями наступает период выбора страны, и в этом плане фактор инновации в спектре предоставления туристских услуг различными странами играет существенную роль

В тоже время для ряда стран повышение ВВП на душу населения не влияет на изменение потока туристов во Францию. По нашим расчетам это наблюдается в Мексике (коэффициент корреляции между приростом ВВП на душу населения и приростом потока туристов во Францию составил за последние годы $K=0,32$, Финляндии ($K=0,11$), Канада, Болгария. Поэтому можно утверждать, что главным фактором роста туристского потока из рассматриваемых государств во Францию является стремление приобщиться к историческим и культурным богатствам страны. Этот фактор выражается в организации инновационных культурно-исторических экскурсий.

Рисунок 3

Выезд туристов из России во Францию (тыс. чел.) в зависимости от прироста ВВП на душу населения



Еще один важный показатель, характеризующий эффективность предоставления услуг иностранным туристам – уровень расходов иностранных туристов в стране прибытия. Анализ этого показателя свидетельствует о недостаточном уровне использования туристско-рекреационного потенциала в России. Действительно, приводимая ниже таблица 5 показывает, насколько велик неиспользованный потенциал.



Таблица 5

Данные о прибытии иностранных туристов (млн чел.) и величине их расходов
(в млрд долл.)

Годы	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Россия						
Прибытия	23	24	21	22	25	28
Расходы	12	16	12	13	17	18
Германия						
Прибытия	24	25	24	27	28	30
Расходы	49	53	48	49	54	52
Франция						
Прибытия	81	79	77	78	81	76
Расходы	64	68	59	56	65	53
Польша						
Прибытия	15	13	12	12	13	15
Расходы	12	13	10	10	12	13
Китай						
Прибытия	55	53	51	56	58	58
Расходы	41	44	43	50	53	55
США						
Прибытия	56	58	55	60	63	67
Расходы	148	170	149	165	186	203

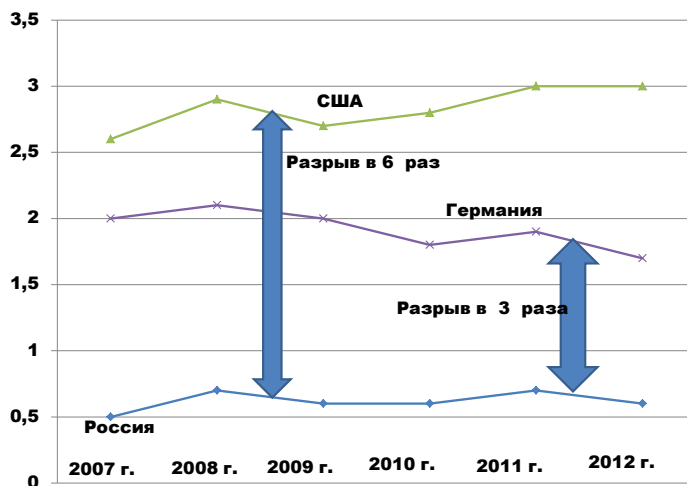
Подсчитано по United Nations Statistical Yearbook 2012, P. 495-500

Из данных таблицы 5 видно, что наиболее высокий уровень расходов иностранных туристов отмечался в США (3 тыс. долл. на чел.) и в Германии (2 тыс. долл. на человека). Во многих странах (Франция, Польша, Китай) рассматриваемый показатель сравним с показателем по России (0,6-0,8 тыс. долл. на человека) (см. рисунок 4).

Приведенные данные показывают насколько эффективно организовано предоставление услуг в ряде принимающих государств, где используются такие важные инновационные факторы, как предоставление услуг санаториев и здравниц, национальные фестивали, исторические экскурсии.

Рисунок 4

Средний уровень расходов иностранных туристов в стране прибытия
(тыс. долл.)



Рассчитано по United Nations Statistical Yearbook 2012, P. 495-500

БИБЛИОГРАФИЯ:

Агаркова-Лях И.В. Опыт инновационной деятельности в туризме (на примере международного центра экспериментальной археологии и инновационной педагогики «Кара-Тобе») // http://tourlib.net/statti_tourism/agarkova.htm (Agarkova-Ljah I.V. Opyt innovacionnoj dejatel'nosti v turizme (na primere mezhdunarodnogo centra jeksperimental'noj arheologii i innovacionnoj pedagogiki «Kara-Tobe»))

Борисов П. Статистика российского туризма за 2014 год: выездной турпоток упал на 4%, въездной – на 3% // <http://www.tourprom.ru/news/28197/> (Borisov P. Statistika rossijskogo turizma za 2014 god: vyezdnoj turpotok upal na 4%, v#ezdnoj – na 3%)

Международный туризм - факторы и условия развития // <http://biofile.ru/geo/15328.html> (Mezhdunarodnyj turizm - faktory i uslovija razvitija)



Особенности экспорта продукции. Экспорт услуг // <http://www.rusexporter.ru/export-features/1977/> (Osobennosti jeksporta produkcii. Jeksport uslug)

Поклонский Ф.Е. Особенности сущности понятия «инновация» в туризме // Вестник Донецкого института туристического бизнеса. - 2008. - №12. - С.155-159 (Poklonskij F.E. Osobennosti sushhnosti ponjatija «innovacija» v turizme // Vestnik Doneckogo instituta turisticheskogo biznesa. - 2008. - №12. - S.155-159).

Развитие туризма - прогнозы до 2030 года // <http://36on.ru/travel/for-tourists/32121-razvitie-turizma-prognozy-do-2030-goda> (Razvitie turizma - prognozy do 2030 goda)

Спартак А.Н. Перспективные направления участия России в международной торговле услугами // Российский внешнеэкономический вестник, 2015, №9, С. 28-39 (Spartak A.N. Perspektivnye napravlenija uchastija Rossii v mezhdunarodnoj trgovle uslugami // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2015. - №9, S. 28-39).

Факторы развития туризма // <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/factory-razvitiya-turizma.html> (Factory razvitija turizma)

Число туристов в мире превысило миллиард человек // <http://vneshmarket.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=315817> (Chislo turistov v mire prevysilo milliard chelovek)

