

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Дан анализ состояния и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике. Сформулированы основные тенденции развития туризма. Показано, что Россия обладает огромным туристским потенциалом, но при этом в 2010 г. Россию посетили 2,1 млн иностранных туристов, тогда как Россия могла бы принимать до 40 млн туристов в год. Описаны проблемы, которые препятствуют разрешению этого противоречия и тем самым выполнению задачи дальнейшего развития туристского бизнеса, и пути их решения.

Ключевые слова:

гостиничные сети, тенденции, туриндустрия, туристский потенциал.

Общемировая тенденция переориентации с простого производства материальных благ на предоставление услуг обусловлена высокой их ликвидностью, связанной с небольшим сроком поступления денежных средств к производителю, относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход. Это, безусловно, относится и к туризму. Несмотря на мировой экономический кризис и недавние негативные события в Северной Африке и на Ближнем Востоке, рост числа международных туристских прибытий, по данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), продолжится, но более умеренно, и составит в среднем 4–5%.

Туризм в мировой экономике по-прежнему является одним из ведущих генераторов рабочих мест, т.к. создает свыше 75 млн во всем мире, в сфере туризма работает каждый двенадцатый человек. Кроме того, туризм выполняет важную социальную функцию – он обеспечивает занятость, прежде всего, молодежи и женщин в городах, а благодаря развитию сельского, этнического и экологического туризма – и в сельской местности.

Во всех странах с развитой туристской индустрией существуют организации (Национальные туристские администрации), которые подчиняются министерствам и занимаются разработкой национальных программ развития туризма: в Великобритании – BTA (British Tourist Authority), в Ирландии – Irish Board, в Испании – Turespana, в Италии – ENIT, в Норвегии – NORTRA. Они оказывают содействие по разработке государственных программ стимулирования выездного туризма в ряде стран. Данные программы предусматривают льготы

в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров [1]. Государственные программы развития туризма существуют во многих странах мира, бюджет которые напрямую зависит от туристско-рекреационной сферы.

В 2011 году доходы от международного туризма составили в США – 116 млрд дол., Испании. – 60 млрд дол., Франции – 54 млрд дол. [8]. Большинство государств мира заинтересованы в развитии туристско-рекреационной сферы и выделяют большие средства национальным туристическим администрациям на продвижение туристского продукта. Лидером является Израиль – более 200 млн дол., Испания выделяет около 150 млн, Америка и Китай – по 70 млн, Франция – 60 млн дол. Основные средства западных стран идут на рекламу: в Испании – половина всей суммы, а во Франции – 99%. По данным Всемирной туристской организации, во Францию стремится большая часть мировых туристов. Положительный баланс этой страны выглядит как 4:1 (на 4 въезжающих во Францию туристов приходится в среднем 1 выезжающий для туристских целей граждан Франции) [17].

Международный туризм – это источник пополнения бюджетов всех уровней. По данным мировой статистики около трети общих расходов туристов идет на питание и проживание, 25% – на покупку местных изделий, 15% забирают местные развезды, на развлечения и прочие услуги идет не более 10% общих расходов. Доля туристских фирм составляет 10–30% от стоимости тура. Таким образом, до 90% всех средств, потраченных туристами во время путешествия, остаются

на местах отдыха. С развитием туризма создаются новые рабочие места. На долю туристической индустрии приходится 35% мировой торговли услугами. Туристская деятельность является одной из самых трудозатратных и выступает как регулятор занятости населения. Каждый шестой человек прямо или косвенно занят в этой сфере [17].

По прогнозам ЮНВТО, спрос на путешествия будет удваиваться каждые 10–12 лет. Именно эта индустрия, наряду со здравоохранением и образованием, является одной из трех основных целей роста [17]. В развитии российского и мирового туризма наблюдаются достаточно выраженные тенденции, одна из которых состоит в том, что туризм в мировой экономике занимает первое место по созданию первичных рабочих мест, которые обеспечивают работой молодежь и, в частности, студенческую молодежь.

Другая тенденция мирового туризма заключается в том, что меняются возрастные характеристики путешествующих туристов. 15–20 лет назад основной целевой группой потребителей туристских услуг были люди в возрасте 30–50 лет. Сейчас в развитых странах мира люди живут дольше, выходят на пенсию более здоровыми и могут себе позволить путешествовать. В связи с этим увеличивается количество путешественников, которым больше 60–70 лет. Одновременно наблюдается тенденция увеличения другой целевой группы потребителей – молодежи в возрасте 16–20 лет, что обусловило появление молодежного туризма как в России, так и за рубежом.

На долю туризма в мировом ВВП, по оценкам ЮНВТО, с учетом мультипликативного эффекта, приходится 9,4%, при этом наблюдается стабильная тенденция роста, несмотря на высокую безработицу, экономическую нестабильность, повышение цен на энергоносители, рост налогов и другие негативные изменения в экономике, вызванные глобальным экономическим кризисом. Так, доходы от туризма в ВВП европейских стран составляют от 19,3% на Мальте до 6,5 в России (табл. 1).

По мнению экспертов, Россия использует свой туристско-рекреационный потенциал пока только на 20%, что объясняет более низкий вклад туризма в экономику страны по сравнению с развитыми странами мира. И это находит выражение в другой негативной тенденции – увеличении разрыва в объемах расходов туристов при выездном и въездном туризме. Так, по данным Российского союза туриндустрии, из России за рубеж в 2010 г. выехало 12

млн россиян, каждый из которых потратил свыше 2,2 тыс. дол. США, что за год составило, по данным Центробанка России, 26,5 млрд дол. США. При этом в страну за тот же период въехало всего 2,1 млн туристов, потративших 8,9 млрд дол. США (из расчета 4,4 тыс. на человека), тогда как, по оценкам экспертов, Россия могла бы принимать до 40 млн туристов в год [12].

По данным ЮНВТО, число прибытий иностранных туристов во всем мире в 2010 г. увеличилось на 6,7% по сравнению с 2009 г., что в два раза больше, чем рост мирового ВВП, и достигло 935 млн чел. Доходы от международного туризма увеличились на 5% и составили 919 млрд дол. США. По конкурентоспособности туристского рынка Россия в 2010 г. заняла 59-е место из 139 стран мира. По оценкам Всемирного экономического форума, в 2011–2020 гг. российская туристская индустрия будет расти на 6,7% в год [2]. При этом динамика турпотоков в регионах мира существенно различается. В первой половине 2011 г. в результате переворотов Северная Африка потеряла 13% турпотока, а Ближний Восток не достигался 11% туристов. Зато в Африке южнее Сахары, где местами относительно спокойно, число прибытий выросло на 9%.

Больше туристов приехало в Европу – средний рост составил 6%, при этом в Северную Европу в прошлом году приехало на 7% путешественников больше. Такой же прирост зафиксирован в Средиземноморье. Центральная и Восточная европейские части нарастили турпоток на 9%. На 6% увеличился суммарный показатель по обьему Америкам. При этом роль локомотива сыграла Южная Америка, где число прибытий выросло на 15%.

Наиболее медленную динамику продемонстрировал Азиатско-Тихоокеанский ре-

Таблица 1
Доля доходов от туризма в ВВП страны, с учетом мультипликативного эффекта, % [9]

Место	Страна	Доля доходов от туризма, %
1	Мальта	19,3
2	Кипр	16
3	Греция	15,5
4	Испания	15,3
5	Австрия	12,5
6	Великобритания	9,7
7	Франция	9,7
8	Италия	9,3
9	Россия	6,5

гион – прирост в 5%, что существенно ниже прошлогодних темпов роста в 13%. В числе аутсайдеров по въездному туризму находится и Россия, где рост составил только 2% против среднемировых 7%. При этом резко растет число приезжих из Китая, большинство из которых едут в Россию вовсе не для того, чтобы посмотреть достопримечательности и потратить деньги [2]. В табл. 2 приведены данные распределения туристских прибытий в Россию по странам мира.

На фоне слабого роста въездного туризма в России в 2011 г., выездной туризм увеличился по сравнению с 2010 г. на 1,1 млн чел. и составил 13,1 млн российских туристов. А по сравнению с 2000 г. выездной туризм увеличился в три раза (в 2000 г. число выехавших за рубеж российских туристов составило 4,49 млн). Самыми посещаемыми российскими туристами странами в 2011 г. оказались Турция, Китай, Египет, Финляндия, Таиланд, Германия, Испания, Греция,

Италия, на долю которых приходится более 50% выездного туристского потока (табл. 3) [13].

Доходы от международного туризма, по данным ЮНВТО, в 2010 г. в разных странах составили от 93,9 млрд дол. в США до 9,3 млрд. долл. в России, то есть разница на порядок (табл. 4). У России по этому показателю лишь 28 место в мире (в 2007 г. было 30 место с доходом 7,0 млрд дол.). В табл. 5 приведены данные по расходам туристов разных стран мира во время зарубежных поездок. Таким образом, по показателю международных туристских расходов наша страна в 2011 г., по данным ЮНВТО, заняла 10 место в мире с показателем в 20,8 млрд дол. США.

Согласно данным Барометра международного туризма ЮНВТО, в 2011 г. число международных туристских прибытий возросло более чем на 4% и составило 981 миллионов. Учитывая ожидаемое в 2012 г. продолжение темпов роста, хотя и менее быстрое, число международных турист-

Таблица 2

Количество международных туристских прибытий в Россию по странам мира в I квартале 2011 года*

Место в мире	Страна	Количество прибытий, тыс.
1	Китай	23,5
2	Германия	20
3	Турция	14
4	Италия	11,5
5	Франция	10,3
6	Израиль	9,4

* Составлено автором по данным Ассоциации туроператоров России.

Таблица 3

Распределение прибытий российских туристов по странам мира в 2011 году*

Место	Страна	Количество прибытий, тыс.
1	Турция	2682
2	Китай	1502
3	Египет	1452
4	Финляндия	912
5	Таиланд	780
6	Германия	702
7	Испания	645
8	Греция	612
9	Италия	571

* Составлено автором по данным Ассоциации туроператоров России.

Таблица 4

Доходы от въездного туризма в странах мира в 2010 году*

Место в мире	Страна	Доходы, млрд долл.
1	США	93,9
2	Испания	53,2
3	Франция	49,4
4	Китай	39,7
–	–	–
16	Индия	11,4
–	–	–
28	Россия	9,3

* По данным Всемирной туристской организации

Таблица 5

Расходы туристов за рубежом в странах мира в 2011 году*

Место в мире	Страна	Доходы, млрд долл.
1	Германия	81,2
2	США	73,2
3	Великобритания	50,1
4	Китай	43,7
5	Франция	38,5
–	–	–
10	Россия	20,8

* По данным Всемирной туристской организации

Количество международных туристских прибытий в странах мира в 2011 году*

Место в мире	Страна	Количество прибытий, млн
1	Франция	76,8
2	США	54,9
3	Китай	50,9
–	–	–
14**	Россия***	19,4

* По данным Всемирной туристской организации [14].

** В 2007 г. – 10 место (20,2 млн прибытий).

*** По данным Всемирной туристской организации к 2020 г. Россия займет лишь девятое место в мире по количеству туристских посещений.

ских прибытий в этом году достигнет отметки в один миллиард [5]. В табл. 6 приведено распределение прибытий туристов по странам мира в 2011 г.

Как видно из табл. 6, за четыре года (с 2007 по 2011) страна по количеству прибытий туристов опустилась с 10 на 14 место с потерей в 800 тысяч прибытий. Причинами уменьшения иностранного туристского потока в Россию можно назвать постоянное удорожание стоимости турпакета за счет роста цен на авиа- и железнодорожные билеты, стоимости гостиничных услуг, ненадежащее обеспечение безопасности, злоупотребления в отношении иностранных туристов со стороны сотрудников полиции и таможи, визовые формальности, таможенные процедуры, низкое качество обслуживания и целый ряд других обстоятельств. Создает трудности, например, тот факт, что для передвижения по всем странам шенгенской зоны достаточно паспорта и визы, а на территории России иностранные граждане должны проходить регистрацию в органах внутренних дел каждого города, пребывание в котором превышает 72 часа.

Заметим, что во всех странах, приведенных в табл. 2 и 3, кроме России, доходы от приема зарубежных туристов превышают расходы туристов этих стран за рубежом. И это следующая негативная тенденция в развитии российского туризма. В связи с этим необходимо привлекать в Россию активно путешествующих туристов из числа стран-лидеров из табл. 2.

Одной из ключевых отраслей туристской индустрии, безусловно, является индустрия гостеприимства. Все тенденции развития мировой туристской индустрии нашли свое отра-

жение в гостиничном бизнесе как сфере экономической деятельности и инфраструктурной базе для развития туризма. Основные показатели развития гостиничной индустрии проявляются в динамике роста размещения мощностей, территориальном распределении средств размещения, в новых организационных структурах, улучшении материальной основы для применения технических и технологических инноваций, диверсификации производства, то есть, создания значительного числа типов гостиничных предприятий (ГП).

Согласно оценке ЮНВТО, общий потенциал мировых гостиничных мощностей на начало 2012 г. составил более 25 млн комнат. Другая известная международная организация – Международная гостиничная и ресторанный ассоциация насчитывает более 300 гостиничных сетей, различных по размеру, структуре собственности, типу деловых связей, качества вместимости, концепций ведения бизнеса, ценовой политике и по другим параметрам [6]. В табл. 7 представлены ведущие гостиничные сети мира по состоянию на первый квартал 2012 г.

Таким образом, 10 ведущих гостиничных компаний на начало 2012 г. располагали более 4,1 млн номеров, что составляет 56,6 % от общей вместимости гостиничных сетей. Пять ведущих гостиничных компаний к 2012 г. располагали 2,8 млн. номеров, или 38% от общего потенциала вместимости гостиничных сетей. Это показывает высокий уровень так называемой корпоративной концентрации. По происхождению или по стране нахождения абсолютный перевес относится к США и европейским странам, которые располагают более чем 90% от количества мировых гостиничных сетей.

В последние двадцать лет более интенсивный рост гостиничных сетей наблюдался в Азии, регионе Тихого океана, Африке и других регионах в рамках динамики роста вместимости и территориальной экспансии. Рост производственных мощностей в этих регионах, кроме компаний США и Европы, относится, в основном, к национальным гостиничным компаниям Китая, Японии, Сингапура, ОАЭ, Египта и прочих стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Увеличение производственных мощностей гостиничных сетей в других странах приводит к нивелированию неравномерности в предложении гостиничных номеров местных гостиничных предприятий (табл. 8).

Ведущие гостиничные сети мира по состоянию на I квартал 2012*

№	Название	Штаб-квартира	Вместимость	Количество ГП, входящих в сеть
1	IHG	Англия	616851	4186
2	Wyndham Hotel Group	США	592880	7043
3	Marriot International	США	560681	3178
4	Hilton Hotels Corp	США	545725	3265
5	Accor	Франция	478975	3982
6	Choice Hotels International	США	472526	5827
7	Best Western International	США	330000	4011
8	Starwood Hotels	США	285900	968
9	Carlson Hotels Worldwide	США	154176	1109
10	Global Hyatt Corp.	США	114332	382

* По данным Международной Гостиничной и Ресторанной Ассоциации [15].

Таблица 8

Количественные показатели доли мирового гостиничного рынка (в %) по странам света в период с 2004–2011 гг. [14]

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Северная и Южная Америка	35,2	35,5	36	35,4	32,9	33,1	33,3	33,5
Северная Америка (отдельно)	29,9	31,7	31,2	31,2	27,5	27,4	27	26,8
Карибский бассейн	1,1	1,3	1,3	1,3	1,21,2	1,2	1,2	1,3
Центральная Америка	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Южная Америка	4,0	4,2	4,1	4,3	3,9	4,2	4,6	5,0
Азиатско-Тихоокеанский регион	20,5	20,0	20,6	20,3	22,5	22,9	23,3	23,7
Океания	1,6	1,8	1,6	1,8	1,6	1,7	1,5	
Европа	40,2	40,3	39,3	40,1	40,4	39,7	39,1	38,5
Ближний Восток	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
Африка	2,7	2,8	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,8
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Следует отметить, что Россия не представлена в табл. 8, что свидетельствует о минимальных гостиничных мощностях на территории страны.

Каждая гостиничная сеть стремится к предложению услуг, предоставляемых в виде, отличном от других сетей, что будет представлять значимость для клиента ГП. Таким образом будет повышаться уровень удовлетворенности клиента ГП во время пребывания в конкретном ГП. Кроме того, данные гостиничные сети, предлагающие потребителям определенный бренд и гарантированное качество, будут иметь конкурентное преимущество. Их бренд будет узнаваемым среди потребителей благодаря качеству, цене, средствам оказания услуг и другим свойствам сети. Качество сервиса является чрезвычайно важным фактором, который со временем становится узнаваемым во всем мире.

В 2011 г. средняя загрузка отечественных средств размещения в Москве и Санкт-Петербурге уступала загрузке аналогичных сегментов зарубежных гостиничных предприятий на 18% и 23%, соответственно, причем с повышением категорийности гостиниц эта тенденция только усиливается и в сегменте 5 звезд достигает 24% и 29%, соответственно, что свидетельствует о важности известного сетевого бренда в глазах потребителя [15].

По данным Росстата, число гостиниц в России увеличивается: в 2004 г. в стране насчитывалось около 4 тыс. гостиниц, а в 2011 г. их стало 7410, за 6 лет количество гостиниц увеличилось почти вдвое, но этого недостаточно и страна по-прежнему отстает по количеству гостиничных номеров [9].

Так, в Москве уровень обеспеченности средствами размещения составляет

54 | менее 4 номеров на 1000 жителей. В крупнейших европейских мегаполисах аналогичный показатель, как правило, в 2–2,5 раза выше [11].

В настоящее время активно строятся новые гостиницы, в том числе малые. Все больше международных гостиничных цепей появляется в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах страны, появляются и отечественные гостиничные бренды. В 2012 г. около 70% рынка гостиниц приходится на две столицы, тем не менее, важной тенденцией сейчас является не только столичное, но и региональное развитие данного бизнеса. Среди возможностей развития гостиничного хозяйства в России необходимо также выделить дефицит качественных средств размещения в регионах (транснациональные цепи уже используют данный потенциал, как было указано выше).

Кроме того, предстоящие спортивные события, например, Олимпиада «Сочи–2014», а также Чемпионат мира по футболу – 2018, вызывают необходимость улучшения гостиничной инфраструктуры. Для проведения Чемпионата мира по футболу в стране выделено несколько кластеров, а именно: Центральный (Москва), Северный (Калининград, Санкт-Петербург), Волжский (Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ярославль), Южный (Краснодар, Ростов-на-Дону, Сочи) и Екатеринбург как отдельный кластер [10]. Благодаря привлечению такого значительного количества регионов гостиничное хозяйство будет развиваться не только в столичных регионах, в оборот будут вводиться гостиницы всех сегментов – от нижнего до верхнего.

Развитие туристической индустрии во многом определяется развитием такой инфраструктурной составляющей, как сеть туроператоров и турагентств. По данным на 1 января 2011 года, в Едином федеральном реестре туроператоров было зарегистрировано 4405 туроператоров. Из них финансовое обеспечение в размере 100 млн руб. имели 1%, 60 млн руб. – 1%, 30 млн руб. – 42%, 10 млн руб. – 14%, 0,5 млн руб. – 42% [3]. Если учесть, что на начало 2012 г. в реестре числились 4465 туроператоров, в 2010 г. были зарегистрированы 4593 туроператора, а в 2009 – 4248 компаний, то можно сделать вывод о тенденции стабилизации рынка туроператоров.

Естественно, что количество турагентств существенно превышает количество туроператоров. Так, к середине 2010 г. число зарегистрированных в учрежден-

ном в 2008 году Российским союзом туристической Общероссийском генеральном реестре туристических агентств достигло 7,5 тысяч. После незначительного сокращения розничного рынка туруслуг в 2009-м кризисном году число вновь открывающихся агентств вновь стало стремительно расти [4].

По сведениям консалтинговой группы «Тревел Эксперт», ежемесячно только в Москве открывается не менее 80–100 новых офисов туристических компаний. Наибольшее число турагентств и туристических компаний работает в Москве и Московской области – 1780. Далее закономерно следует Санкт-Петербург и Ленинградская область (398). В Екатеринбурге и Свердловской области открыто 260 турфирм, в Нижнем Новгороде – 180, в Самаре – 171, в Перми – 156, в Казани – 138. В Челябинской области таковых 120, в Волгоградской – 113, в Новосибирской – 108, а в Саратовской – 101 [4].

Из 4465 туроператоров только 642 компании, или 14,4%, осуществляют деятельность в сфере въездного туризма. Отметим, что развитие выездного туризма характеризуется высокими показателями: темпы роста числа россиян, выехавших за рубеж в качестве туристов, в 2005 г. составили 144%, в 2006 г. – 126%, в 2007 – 133%, в 2008 – 123%.

Экономический кризис 2009 г., отразившийся на платежеспособности населения, способствовал спаду потока туристов на 4% [7]. Но в 2010–2011 гг. тенденция роста выездного туризма восстановилась, при этом, развитие въездного туризма отличалось существенно меньшими темпами.

Это говорит о том, что въездной туризм как одно из приоритетных направлений туризма в России существенно отстает от выездного туризма, и эту тенденцию надо менять, что требует дополнительных стимулов к развитию въездного туризма. В табл. 9 приведены количество поездок иностранных граждан в Россию и финансовые поступления за 2009 и 2010 гг.

Из табл. 9 можно сделать вывод о снижении объема денежных поступлений от пребывания иностранных туристов в Рос-

Таблица 9

Въезд иностранных граждан в РФ [16]

Количество поездок (тыс.)		Поступления (млн руб.)	
2009	2010	2009	2010
19,420	20,271	288,88	278,535

сии. Это объясняется тем, что успешному развитию въездного туризма препятствуют следующие факторы:

- политическая и экономическая нестабильность в стране;
- отсутствие надежных гарантий защиты прав туристов как потребителей туристских ресурсов;
- низкий уровень маркетинга;
- неразвитая инфраструктура;
- низкий уровень транспортного обеспечения;
- низкое качество сервисного обслуживания; гостиничного хозяйства;

– крайне слабая (для большинства фирм) подготовка и низкая культура обслуживания на маршрутах;

- отсутствие инвестиций, условий их получения и эффективного использования;
- недостаточная поддержка экотуристической деятельности со стороны местных правительств.

Решение вышеуказанных проблем создаст условия для исключения негативных тенденций в развитии отечественной туристической индустрии и повысит реализацию туристского потенциала России.

Список литературы:

- [1] Бессонова В. Б. Туризм и культурное наследие // Межвузовский сборник научных трудов. – 2006, № 3. – 287–295.
- [2] Въездное заседание Комиссии СФ по делам молодежи и туризму в Томской области. 11 ноября 2011. – Интернет-ресурс. Режим доступа: http://www.council.gov.ru/inf_ps/chronicle/2011/11/item18092.html
- [3] Выпали из турпакета. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://m.gazeta.ru/business/2012/04/03/4120929.shtml>
- [4] В России зарегистрировано 7,5 тысяч турагентств. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.rb.ru/article/v-rossii-zaregistrovano-75-tysyach-turagentstv/6487877.html>
- [5] В 2012 году международный туризм достигнет миллиардный рубеж. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-01-18/v-2012-godu-mezhdunarodnyi-turizm-dostignem-milliardnyi-rubezh>
- [6] Международная Гостиничная и Ресторанная Ассоциация. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://tourest.ru/dir/120/worldtourismorg/ihra>
- [7] Маркетинговое исследование. Рынок туристических услуг в России. Апрель 2011. – Интернет-ресурс. Режим доступа: http://www.indexbox.ru/sale_reports/?research_id=558
- [8] Международные доходы от туризма бьют новый рекорд // Библиоглобус. 11.05.2012. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.tourprom.ru/news/16936/>
- [9] Международный туризм. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=977&type=news>
- [10] Обзор российского гостиничного рынка. Города, принимающие Чемпионат мира по футболу-2018 // Исследование компании Deloitte. — М.: ЗАО «Делойт и Туш СНГ», 2011.
- [11] По планам властей, через 3 года гостиниц в Москве должно стать в полтора раза больше. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.russiantourism.ru/rubrica/80/21707>
- [12] Россия теряет миллиарды на росте турпотоков // Большой бизнес. 08.09.2011 – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.bigness.ru/articles/2011-09-08/news/128245/>
- [13] Статистика туризма в России в 2011 году // TOURest: справочник по туризму и отдыху. – Интернет-ресурс. Режим доступа: http://tourest.ru/publ/statistika_turizma_2011
- [14] Statistics and Tourism Satellite Account. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://statistics.unwto.org/en>
- [15] The International Hotel & Restaurant Association. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.ih-ra.com/>
- [16] UNWTO Tourism Highlights 2011 Edition. – Интернет-ресурс. Режим доступа: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_1.pdf
- [17] World Tourism Organization. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>