

УДК 338.48

МЕТОДИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ВЛИЯНИЯ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

METHODICAL TOOLS OF ASSESSMENT OF LEVEL OF INFLUENCE OF TOURISM FOR NATIONAL ECONOMY

©*Старкова Н. О.*

канд. экон. наук,

Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия, n.starkova@mail.ru

©*Starkova N.*

Ph.D., Kuban State University

Krasnodar, Russia, n.starkova@mail.ru

©*Прилюбченко М. А.*

Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия, ykostornaya@inbox.ru

©*Prilyubchenko M.*

Kuban State University

Krasnodar Russia, masha-1994_94@bk.ru

Аннотация. Даны основные понятия, определяющие характер экономических отношений субъектов туристской отрасли. Выявлено, что по данным Всемирной торговой организации установлен рост мировой туристской отрасли. Подтверждено, что данная тенденция характерна и для Российской Федерации. Однако установлено, что в нашей стране еще не сформировано единого подхода к моделированию эффективного механизма функционирования и развития национальной туристической отрасли. Рассмотрены основные факторы, влияющие на развитие туризма в РФ, предложены показатели их оценки. Охарактеризована модель потока расходов и доходов в процессе функционирования механизма внешнего и внутреннего туризма. Обозначены основные достоинства и недостатки развития туризма с точки зрения его влияния на социально-экономическое, политическое, экологическое состояние страны и региона. Предложена система показателей оценки объема турпотоков, количества занятых (напрямую и косвенно) в сфере туризма, уровня доходности туристического бизнеса, влияния туризма на развитие региона.

Abstract. The basic concepts defining the character of the economic relations of subjects of tourist branch are given. According to the data of the World Trade Organization is established the growth of world tourist branch. It is confirmed that this tendency is characteristic also of the Russian Federation. However in our country uniform approach to modelling of the effective mechanism of functioning and development of national tourist branch isn't created yet. The major factors influencing the development of tourism in the Russian Federation are considered, indicators of their assessment are offered. The model of a stream of expenses and income in process of functioning of the mechanism of external and internal tourism is characterized. The main merits and demerits of development of tourism from the point of view of his influence on a social and economic, political, ecological condition of the country and the region are designated. The system

of indicators of assessment of the volume of tourist flows, quantities occupied (directly and indirectly) in the sphere of tourism, level of profitability of travel business, the influence of tourism on the development of the region are offered.

Ключевые слова: туризм, туристическая услуга, импорт, экспорт, регион, гостиничный комплекс, отдыхающие, общие расходы отдыхающих, коэффициент неравномерности туристического потока, эффекта мультипликатор, коэффициент дохода.

Keywords: tourism, tourist service, import, export, region, hotel complex, vacationers, general expenses of vacationers, coefficient of unevenness of tourist flow, effect multiplier, income coefficient.

На сегодняшний день туризм во многих странах стал стремительно развивающейся индустрией. На данном этапе развития на туристической отрасли принадлежит каждое 7-е рабочее место. Всемирная торговая организация (ВТО) прогнозирует что к 2020 году число международных туристических поездок составит 1,6 млрд, которое превысит в 3 раза показатели 2000 года [1]. Уровень ежедневных расходов туристов, не включая авиаперевозки, вырастет в среднем до 5 млрд долларов в день [2].

В Российской Федерации туризм является развивающимся комплексом, модель функционирования которого на рынке еще совершенствуется и претерпевает изменения. Российские ученые занимающиеся вопросами туристической отрасли очень надеются на развитие в нашей стране туризма как внутреннего, так и выездного. Турфирмы, в последнее время, начали перенаправлять свою деятельность на отдых в регионах России и странах ближнего зарубежья. Но, не смотря на данные статистики, выявляющей быстрые темпы туристической отрасли, со стороны государства это отрасль по-прежнему не рассматривается как одна из приоритетных, а соответственно она часто находится на периферии внимания органов федеральной и региональной власти, а так же аналитических агентств [3].

Согласно Федеральному закону «Об основах туристической деятельности в РФ» (от 24.11.1996 №132-ФЗ (последняя редакция) туризм – это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Результатом производства отрасли туризма является туристическая услуга, т. е. деятельность, связанная с конкретной потребительской стоимостью, которая выражается в положительном результате при удовлетворении тех или иных потребностях человека. Услуга может быть оказана как в результате взаимодействия персонала с заказчиком, так посредством предметов, то есть с помощью товара. Представленные два способа оказания услуг предполагают и два вида самих услуг: производственные или материальные они связаны с товаром, и непроизводственные или нематериальные не связаны с производственными товарами, их производство неотъемлемо от их потребления. В терминологии туристического бизнеса важное место занимает понятие тура.

Тур – это сочетание различного рода услуг (размещения, питания, транспортировки, бытовые услуги, экскурсионные и т. д.), которые объединены основной целью путешествия и предоставляемы на конкретный срок и по определенному маршруту.

Помимо услуг отдыхающие могут приобретать сопутствующие товары. Комплекс товаров и услуг туристического назначения создают термин «туристический продукт». Он включает в себя:

- несколько туров, которые объединены по целенаправленности (оздоровительные, экскурсионные и др.);
- туристическо-экскурсионные услуги разного рода (размещение, питание, транспортировка и др.);
- товары туристической и сувенирной принадлежности (магниты, карты, сувениры и т. д.).

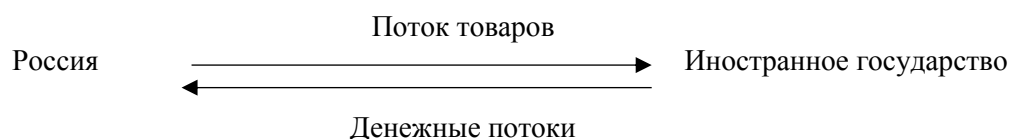
Туризм может быть, как экспортом страны, так и импортом.

Расходы отдыхающих из других областей являются вкладом в экономику области, которая их принимает. Так, например, туристы из Японии, которые путешествуют по России, в основном получают доходы на родине. Тратя свои деньги на территории РФ, они являются вкладчиками средств в экономику нашей страны. Следовательно, затраты иностранцев в целях путешествия по нашей стране представляют собой туристический экспорт. Уезжая в другие страны, туристы получают опыт путешествий и увозят с собой хорошие и незабываемые впечатления.

В свою очередь, туристическим экспортом является отток из страны впечатлений туристов, сопровождающийся параллельным ввозом отдыхающими денежных средств в страну пребывания. Туристическим импортом является ввоз в страну впечатлений туристов, сопровождающийся параллельным оттоком из данной страны денежных средств, которые были потрачены туристами на отдыхе. На рисунке 2 наглядно представлен данный подход.

Когда происходит туристический экспорт денежный поток направлен в ту же сторону что и поток отдыхающих, а при экспорте товаров денежный поток направлен в противоположную сторону потоку товаров. В том случае, когда потоки платежей идут в РФ, осуществляется экспорт туристического опыта либо товаров.

Экспорт товаров из России



Туристический экспорт из России

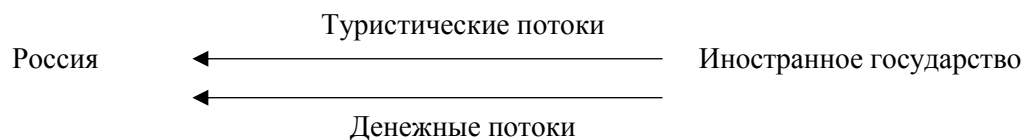


Рисунок. Экономическое сравнение товарных и туристских потоков

На сегодняшний день границы хорошо известного термина отрасль становятся все более размытыми. Функционирование рыночной экономики характеризуется с одной стороны развитием отдельных отраслей, а с другой функционированием

диверсифицированных межотраслевых комплексов. В результате того что туристическая отрасль производит как объекты потребления (продукты питания, сувениры, прочие туристические товары), так и предоставляет услуги, (транспортировка, гостиницы, экскурсии), напрашивается вывод о том, что туризм является диверсифицированным межотраслевым комплексом социально-бытовой инфраструктуры, имеющим в свою очередь определенные производственные и непроизводственные функции и представляющие собой туристическую индустрию. Хозяйственные процессы, которые происходят в туристической отрасли, есть производственно-обслуживающий процесс.

Индустрия туризма является совокупностью гостиниц и других средств размещения отдыхающих, транспортных средств, организаций общественного питания, развлекательных учреждений, и объектов познавательного, оздоровительного, делового и прочего предназначения, предприятия, которые занимаются туроператорской и турагентской деятельностью, а также организаций, оказывающих экскурсионные услуги, услуги переводчиков и гидов.

Каждая страна, которая развивает туристическую отрасль, старается добиться от нее максимальной экономической эффективности. Экономическая эффективность напрямую зависит от получения прибыли, экономического эффекта, от туристической отрасли в масштабах страны, организация туристического сервиса региона, производственно-обслуживающая деятельность турфирмы.

Очевидно, что для повышения эффективности туристической отрасли ее субъектам нужно предоставлять отдыхающим более качественные туристические услуги, а также обеспечивать последующее развитие индустрии туризма. Благодаря этому в туристической отрасли главным становится поиск наиболее эффективного использования относительно небольшого уровня ресурсов, это и является одной из главных задач экономической науки.

Экономика туризма – это система отношений, которые возникают в туристической отрасли в результате производства, распределения, обмена и потребления продуктов туристической деятельности.

Экономика туристической организации представляет собой совокупность факторов производства, фондов обращения и нематериальных активов, прибыли, полученной в результате реализации туристского продукта и оказания различных услуг (выполненных работ).

Об уровне и масштабах развития туристической организации свидетельствует стоимостная оценка ее доходов и активов. Данные показатели обусловлены с одной стороны способностью определения приемлемого соотношения между ресурсами, которые используются количеством и качеством предоставленного турпродукта, а с другой стороны объемом реализации туристического продукта и прибылью, полученной от его реализации.

Формирование и развитие туристической отрасли обусловлено комплексом установленных экономических показателей, которые выражают объем реализации туруслуг в количественном выражении, а также их качественную составляющую.

Комплекс показателей развития туристического сектора региона или страны состоит из:

- объема туристского потока;
- среднего уровня расходов отдыхающих в сутки;
- состояния и развития материально-технической базы;
- показателей финансово-экономической деятельности туристской организации;
- показателей развития международного туризма [4].

Туристическим потоком является постоянный въезд в страну отдыхающих. Объемы туристских потоков можно охарактеризовать группой показателей: общим числом отдыхающих; числом туродней; средней продолжительностью нахождения отдыхающих на территории данной страны или региона.

Сведения о туроднях являются очень важными при формировании общественной инфраструктуры и материально-технической базы туристической отрасли. В следствие чего, информация о туроднях ($T\partial$) является очень важной и необходимой для специалистов, работающих в сфере туризма. Вычислить величину данного показателя можно по формуле:

$$T\partial = Q * t_{cp} \quad (1)$$

где

Q – количество отдыхающих в числовом выражении;

t_{cp} – среднее количество дней, проведенных в регионе одним отдыхающим.

Результат полученный при вычислении данного показателя позволяет рассчитать следующий показатель: расход каждого отдыхающего в сутки. Полученные данные по расходу отдыхающих являются приблизительными и нужно с осторожностью их применять в дальнейших расчетах и прогнозировании. Статистические данные о данном показателе часто скрыты, а туристы обычно забывают какое количество средств было потрачено во время отдыха. Однако общие расходы отдыхающих в конкретном регионе местным властям представляются в очень понятном виде, который определяет показатель величины общих расходов отдыхающих (P) в конкретном регионе, он вычисляется по следующей формуле:

$$P = T\partial * P_{cp} \quad (2)$$

где

P_{cp} – средний расход отдыхающего за сутки.

Впрочем, туристический поток является неравномерной величиной. В результате чего были получены коэффициенты неравномерности туристического потока (K_n), которые можно рассчитать несколькими способами:

$$K_n = \frac{T_{dmax}}{T_{dmin}} * 100\% \quad (3)$$

$$K_n = \frac{T_{dmax}}{T_{dгод}} * 100\% \quad (4)$$

$$K_n = \frac{T_{dmax}}{T_{дсм}} * 100\% \quad (5)$$

где

T_{dmax} T_{dmin} – число туродней в месяце максимального и минимального потока туристов соответственно, человекодней;

$T_{dгод}$ $T_{дсм}$ – годовое и среднемесячное число туродней соответственно, чел.-дней.

К данным финансово-экономической деятельности турфирмы относятся:

- количество реализованных услуг туризма или прибыль от реализации тур услуг;
- коэффициенты использования рабочей силы (величина расходов на заработную плату, производительность труда и другие);
- коэффициенты расходования производственных фондов (оборачиваемость оборотных активов, фондоотдача и прочие);
- себестоимость туристических услуг;
- доход;
- рентабельность;
- показатели финансовой устойчивости (ликвидность, платежеспособность и другие).

Все перечисленные данные оказывают определенное воздействие на характер и направления социально-экономического развития конкретных туристических регионов. Поэтому к развитию туристической отрасли и увеличению количества туруслуг необходимо подходить обдуманно, так как за принимаемыми решениями стоят серьезные социальные последствия [5].

В настоящее время воздействие туризма на экономику региона и его развитие очень велико. Туризм способствует поступлению доходов как в регионы [6], так и страну в целом, появлению новых рабочих мест [7], совершенствованию инфраструктуры регионов и др. [8]. Для того чтобы получить наибольшую выгоду от туристической отрасли каждая страна формирует региональную политику развития туризма, которая входит в социально-экономическую политику государства [9].

Туристическая политика страны – это определенные методы и приемы, которые необходимы для достижения цели, объединение форм, методов и направлений влияния государства на деятельность туристической отрасли для достижения поставленных целей сохранения и усовершенствования социально-экономического комплекса. Основами политики туризма в России являются:

- защита прав отдыхающих;
- защита интересов отечественного товаропроизводителя;
- всевозможная поддержка туризма как внутри страны, так и за ее пределами, которая осуществляется в следующей форме:
 - прямое инвестирование в образование и развитие инфраструктуры туризма;
 - продвижение национального туристического продукта на мировой рынок с помощью научного и рекламно-информационного обеспечения;
 - налоговые и таможенные льготы, которые способствуют притоку инвестиций в страну [10].

Туризм, как торговля услугами на мировом рынке относится к экспорту, вносящему соответствующий вклад в платежный баланс страны. Положительный эффект от туристической отрасли будет получен в том случае, когда туристы будут ввозить в страну больше валюты чем вывозить из нее. Поэтому для экономики России более выгодным является привлечение туристов в нашу страну и создание им благоприятных условий для осуществления затрат, превышающих траты российских граждан за границей.

Непосредственное или прямое воздействие туристической отрасли на экономику государства или региона – это положительный эффект доходов отдыхающих на приобретение товаров и услуг туризма. Непосредственное воздействие рассматривается как положительный эффект от вложения денег отдыхающими в приобретения туристических услуг, создание дополнительных рабочих мест и обеспечение работников туристической отрасли финансовыми ресурсами.

Расходы отдыхающих увеличивают уровень доходов туристического региона, а это приводит к соблюдению последовательности «расходы – доходы – расходы» и т. д. до тех пор, пока последовательность не замкнется. Следовательно, роль первоначального дохода отрасли от расходов туристов трудно переоценить так как с ним связаны следующая цепочка расходов на туризм.

Помимо прямого воздействия туристических расходов на совершенствование региона есть также косвенное воздействие, или его еще называют эффект мультипликатора, который начинает свое влияние по мере обращения туристических расходов в конкретном регионе [11].

Эффект мультипликатора определяет сколько раз деньги, вложенные туристами в местную экономику, были фактически потрачены в принимающем регионе. Так же данный коэффициент можно назвать коэффициентом доходности, так как расходы отдыхающих прямо или косвенно являются доходами жителей данного региона. В теории эффект мультипликатора в туристической отрасли бесспорно, но в практике же возникают проблемы с его учетом.

Кроме эффекта мультипликатор существуют и сопутствующие экономические явления. Увеличение расходов туристов ведет к возникновению необходимости в вспомогательной рабочей силе, которую можно рассчитать с помощью коэффициента занятости [12]. Коэффициент определяет количество существующих и заново образуемых рабочих мест. Он является одним из наиболее важных признаков отраслевого вклада в экономику регионов и страны в целом. На сегодняшний день наиболее изученными группами занятых в туризме являются гостиничное и курортно-санаторное хозяйство. Определить количество тех, кто косвенно занят в туристической отрасли очень сложно, тут можно использовать лишь приблизительное значение. Коэффициент занятости в разных регионах имеет разную величину, и она зависит от уровня развития экономики данного региона. Если величина коэффициента занятости в стране 1,16, то это значит, что государство в силах дополнительно обеспечить рабочими местами 0,16 человек на каждого занятого напрямую в сфере обслуживания экспортного туристического спроса. А в том случае если величина данного показателя, предположим, составляет 2,61 государство обеспечивает трудоустройство примерно 1,61 человека на каждого уже занятого в отрасли. В основном коэффициент занятости государства измеряется величиной прямо пропорциональной численности населения или общему числу работающих граждан.

Коэффициент дохода. В условиях занятости подразумевается получение доходов, которые способствуют развитию экономики региона. Оно в значительной степени зависит от определенных факторов. Для примера можно взять отель. Администрация отеля стоит перед выбором двух возможных вариантов распределения прибыли: вложить прибыль в товары и услуги либо часть прибыли отправить на сбережение. Экономисты данные способы называют маржинальной склонностью к потреблению (МСП) или маржинальной склонностью к сбережению (МСС) – утечка денежных средств из экономики региона. Утечка

маржинальных (вспомогательных) фондов из экономики региона может осуществляться двумя способами: их сбережением или использованием на покупку импортных товаров. В любом случае эти действия ведут к утечке денежных фондов из региона и не стимулируют его развитие.

Главным фактором, по которому можно объективно определить уровень потребления является доход. В результате чего объем потребления прямо пропорционален уровню доходов. Субъективная черта к потреблению может быть средней и маргинальной. Средняя черта к потреблению отдыхающих или турагентств складывается из отношения потребляемого уровня дохода к уровню совокупного дохода. Маргинальная черта к потреблению складывается из отношения изменения в потреблении к изменению в уровне дохода, которое его и вызвало.

Сбережения – это часть от полученного дохода, которая не подлежит потреблению. Стремление к сбережениям могут быть двух типов: средним и маргинальным. Средний уровень стремления к сбережениям определяется как отношение сберегаемой части доходов ко всем доходам. Маргинальный уровень стремления к сбережениям определяется как отношение любого изменения в сберегаемой части к тому изменению в доходной части, которое привело к нему.

Утечка денежных средств. Утечка – это комплекс из сбережений (денег, не подлежащих займам) и импорта (денег, потраченных отдыхающими за пределами родной страны). В том случае, когда туристы оставляют свои деньги в другой стране, покупая импортные товары стимулирование экономики собственной страны не происходит. Подобная ситуация происходит и тогда, когда денежные средства откладываются в виде сбережений, которые не передаются в заем в течении года, они тоже перестают стимулировать экономику страны. Таким образом, чтобы получить максимальный уровень прибыли экономики от расходов отдыхающих нужно вкладывать наибольший уровень туристических фондов в экономику как страны, так и региона путем приобретения национальных товаров, и услуг так как сбережение денежных средств ведет к их заморозке, а покупка импорта в большом количестве не приводит к развитию покупающей стороны.

В нашей стране утечка денежных средств довольно велика, так как в результате спада производственной сферы гостиниц, транспортные предприятия и другим поставщикам отрасли туризма необходимо производить закупку оборудования и некоторые услуги у зарубежных производителей [13].

К преимуществам развития туризма для каждой страны относятся [14-16]:

- увеличение денежного потока в регион, в том числе приток иностранной валюты;
- рост валового национального продукта;
- создание новых рабочих мест;
- реформирование структуры отдыха, которая может быть использована как туристами, так и местным населением;
- привлечения капитала, в том числе и иностранного;
- увеличение налоговых поступлений принимающего региона.

Недостатки туризма проявляются в следующем [1, 17-18]:

- влияет на рост цен на местные товары и услуги, на земельные и другие природные ресурсы, и недвижимость;
- способствует оттоку денег за границу при туристском импорте;
- вызывает экологические и социальные проблемы;
- может наносить ущерб развитию других отраслей.

Таким образом, можно заключить, что в современном мире туристическая индустрия оказывает очень большое влияние не только на экономическое, но и социальное, экологическое, политическое состояние страны, что безусловно актуализирует необходимость системного исследования не только теоретических основ функционирования данной отрасли, но и разработку аналитического механизма оценки результатов ее развития и уровня влияния на развитие страны и регионов.

Список литературы:

1. Лапочкина В. В., Косарева Н. В., Адашова Т. А. Экологический туризм в России: тенденции развития // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 5-1 (47). С. 100-105.
2. Игнатьев С. В. Российская экономика в контексте мировой динамики развития // Экономика: теория и практика. 2016. №1 (41). С. 3-9.
3. Бондаренко Л. В. Организационно-экономические основы обеспечения конкурентоспособности рекреационно-туристских услуг // Terra Economicus. 2009. Т. 7. №2-3. С. 137-140.
4. Суслов С. А. Кластерный анализ: сущность, преимущества и недостатки // Вестник НГИЭИ. 2010. Т. 1. №1. С. 51-57.
5. Данилова З. А., Жамьянова Ю. Б. Социальная безопасность региона: оценка регулирующего воздействия государства // Научное обозрение. 2016. №5. С. 87-90
6. Гетманова А. В., Козырь Н. С. Анализ показателей экономической безопасности региона // Современные научные исследования и инновации. 2016. №10 (66). С. 180-183.
7. Вукович Г. Г. Компаративистский анализ исследования факторов эффективного функционирования региональной экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. №2 (34). С. 9-14.
8. Левочкина Н. А. Региональная идентичность: понятие и сущность // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. №1-3. С. 446-453.
9. Кизим А. А., Вальвашов А. Н., Сайдашева О. В. Развитие конкурентных преимуществ территории на основе формирования туристских дестинаций и их пространственных сетей: региональный аспект. Краснодар, 2013.
10. Плешакова М. В. Новая стратегия развития региональной экономики: драйверы роста и экономическая политика юга России // Экономика: теория и практика. 2016. №4 (44). С. 103-105.
11. Джуха В. М., Гагай М. С. Статистическая модель мультипликатора туристических расходов в Российской Федерации и Ростовской области // Экономический анализ: теория и практика. 2012. №14. С. 37-43.
12. Невская Н. А. Экономические индикаторы рыночной конъюнктуры / научный доклад. М., 2014.

13. Рзун И. Г., Толстова А. З., Подложнова Н. В. Рынок туристских услуг Краснодарского края // Научные меридианы 2015: сборник материалов I Международной научно-практической конференции. 2015. С. 265-268.
14. Зенченко С. В., Кобрянов С. В. Формирование стратегии конкурентоспособного развития экономики региона // Экономика: теория и практика. 2015. №1 (37). С. 14-20.
15. Кизим А. А., Жабин В. В. Финансовое сопровождение субъектов региональной инфраструктуры и инфраструктурных проектов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2014. №2 (45). С. 13-21.
16. Шамин А. Е., Чернов В. А. Территориальные кластеры как основа развития инновационной инфраструктуры региона // Инновации и инвестиции. 2015. №8. С. 2-5.
17. Никулина О. В., Забирная Н. В. Разработка эффективных маркетинговых коммуникаций туристских услуг // Экономика: теория и практика. 2011. №1 (21). С. 55-59.
18. Шевченко И. В., Боштек А. А. Обоснованные риски предприятий санаторно-курортного комплекса. Особенности оптимизации денежных потоков компании // Экономика: теория и практика. 2012. №1 (25). С. 46-52.

References:

1. Lapochkina, V. V., Kosareva, N. V., Adashova, T. A. (2016). Ecological tourism in Russia: development tendencies. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*, (5-1), 100-105. (in Russian)
2. Ignatiyev, S. V. (2016). The Russian economy in the context of world dynamics of development. *Ekonomika: teoriya i praktika*, (1), 3-9. (in Russian)
3. Bondarenko, L. V. (2009). Organizational and economic bases of support of competitiveness recreational touristic services. *Terra Economicus*, 7, (2-3), 137-140. (in Russian)
4. Suslov, S. A. (2010). Cluster analysis: entity, advantages and shortcomings. *Vestnik, NGIEI*, 1, (1), 51-57. (in Russian)
5. Danilova Z.A., & Zhamiyanova Yu. B. (2016). Social safety of the region: assessment of the regulating influence of the state. *Nauchnoe obozrenie*, (5), 87-90. (in Russian)
6. Getmanova, A. V., Kosyr, N. S. (2016). Analysis of indices of an economic safety of the region. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii*, (10), 180-183. (in Russian)
7. Vukovich, G. G. (2014). Comparative analysis of a research of factors of effective functioning of regional economy. *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava*, (2), 9-14. (in Russian)
8. Levochkina, N. A. (2016). Regional identity: concept and entity. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy*, (1-3), 446-453. (in Russian)
9. Kizim, A. A., Valvashov, A. N., & Saydasheva, O. V. (2013). Development of competitive advantages of the territory on the basis of formation of tourist destinations and their spatial networks: regional aspect. Krasnodar. (in Russian)
10. Pleshakova, M. V. (2016). New strategy of development of regional economy: drivers of growth and economic policy of the South of Russia. *Ekonomika: teoriya i praktika*, (4), 103-105. (in Russian)
11. Dzhukha, V. M., & Gagay, M. S. (2012). Statistical model of the multiplier of tourist expenditures in the Russian Federation and the Rostov region. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, (14), 37-43. (in Russian)
12. Nevskaya, N. A. (2014). Economic indicators of market conditions / scientific report. Moscow. (in Russian)

13. Rzun, I. G., Tolstova, A. Z., & Podlozhnova, N. V. (2015). Market of tourist services of Krasnodar Krai. *Nauchnye meridiany 2015: sbornik materialov I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. 265-268. (in Russian)
14. Zenchenko, S. V., & Kobryanov, S. V. (2015). Formation of strategy of competitive development of economy of the region. *Ekonomika: teoriya i praktika*, (1), 14-20. (in Russian)
15. Kizim, A. A., & Zhabin, V. V. (2014). Financial attending of subjects of regional infrastructure and infrastructure projects. *Nauka i obrazovanie: khozyaistvo i ekonomika; predprinimatelstvo; pravo i upravlenie*, (2). 13-21. (in Russian)
16. Shamin, A. E., & Chernov, V. A. (2015). Territorial clusters as basis of development of innovative infrastructure of the region. *Innovatsii i investitsii*, (8), 2-5. (in Russian)
17. Nikulina, O. V., & Zazirnyaya, N. V. (2011). Development of effective marketing communications of tourist services. *Ekonomika: teoriya i praktika*, (1), 55-59. (in Russian)
18. Shevchenko, I. V., & Boshtek, A. A. (2012). Reasonable risks of the enterprises of health resort. Features of optimization of cash flows of the company. *Ekonomika: teoriya i praktika*, (1), 46-52. (in Russian)

*Работа поступила
в редакцию 07.10.2017 г.*

*Принята к публикации
11.10.2017 г.*

Ссылка для цитирования:

Старкова Н. О., Прилюбченко М. А. Методические инструменты оценки уровня влияния туризма на экономику страны // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №11 (24). С. 327-337. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/starkova-no> (дата обращения 15.11.2017).

Cite as (APA):

Starkova, N., & Prilyubchenko, M. (2017). Methodical tools of assessment of level of influence of tourism for national economy. *Bulletin of Science and Practice*, (11), 327-337