

УДК 338.48:330.322

## **ИНВЕСТИЦИИ В СФЕРУ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ПРЕДПОСЫЛКА БУДУЩЕЙ УСПЕШНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ В КАЧЕСТВЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

**А.А. Понедельник, Н.В. Соковнина, Д.А. Рубан**

Высшая школа бизнеса, Южный федеральный университет

E-mail: ruban-d@mail.ru

Становление регионов России в качестве международных туристских дестинаций в течение ближайших 7–10 лет отвечает государственным интересам, что делает актуальным анализ соответствующих предпосылок. Теоретически обосновывается гипотеза, согласно которой при устойчивом росте объемов инвестиций в сферу гостеприимства создается значимая предпосылка для становления в регионе международной туристской дестинации. Анализ статистических данных об объемах инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов в регионах России на протяжении 2010–2015 гг. (в ценах 2010 г.) позволил установить, что данная предпосылка в нашей стране недостаточна, что связано с хаотичностью инвестирования и отсутствием регионов, в которых бы объем инвестиций непрерывно возрастал. При этом выявлены регионы, в которых инвестирование носит проблематичный и даже катастрофический характер. Государственная политика в отношении индустрии туризма и гостеприимства в регионах нуждается в оптимизации, чтобы объем инвестиций устойчиво возрастал для обеспечения в перспективе высокого качества предоставляемых иностранным туристам услуг.

*Ключевые слова:* въездной туризм, гостиницы, инвестиционная активность, основной капитал, региональная политика.

## **INVESTMENT IN HOSPITALITY AREA AS PREREQUISITE OF FUTURE SUCCESS OF THE REGIONS OF RUSSIA AS INTERNATIONAL TOURIST DESTINATIONS**

**A.A. Ponedelnik, N.V. Sokovnina, D.A. Ruban**

Higher School of Business, Southern Federal University

E-mail: ruban-d@mail.ru

The formation of the regions of Russia as international tourist destinations over the next 7-10 years meets the state interests, actualizing the analysis of the relevant prerequisites. A hypothesis, according to which a significant prerequisite for formation of the international tourist destination in a region is being created under sustainable growth of investment in hospitality area, is justified theoretically. The analysis of the statistical data on the amount of investment in basic capital of the hotels and restaurants in the regions of Russia during 2010–2015 (at 2010 values) made it possible to establish that this prerequisite is not enough in our country due to chaotic nature of investment and lack of the regions where the amount of investment would increase constantly. At that, the regions where investment is problematic and even catastrophic are revealed. The state policy regarding tourist and hospitality industry in the regions requires optimization so that the amount of investment will grow sustainably to provide high quality services for foreign tourists in prospect.

*Keywords:* inbound tourism, hotels, investment activity, main capital, regional policy.

Развитие въездного туризма в России представляется исключительно важной задачей. Ее решение позволит повысить конкурентоспособность отечественной индустрии туризма и гостеприимства в мировом масштабе. Это важно не только для привлечения большего числа зарубежных туристов в страну и увеличения доходов федерального и региональных бюджетов, но также для успешного продвижения позитивного образа России, что позволит увеличить инвестиционную привлекательность и удовлетворить геополитические амбиции. Состояние, проблемы и перспективы развития въездного туризма в современных экономических условиях рассматривали в своих работах Т.Н. Григоренко и Л.Н. Казьмина [2], Е.Е. Коновалова и др. [7], Т.Н. Маргиева [10], А.В. Медовый и А.А. Петрив [11]. Вполне очевидно, что отдельные регионы России выступают в качестве более значимых дестинаций въездного туризма, а потому заслуживают специального изучения. Под туристской дестинацией понимается территория, привлекающая туристов (обычно так определяются страны и регионы).

Традиционно при обсуждении потенциала туристских дестинаций отечественные специалисты обращаются к их природным, историко-культурным и курортным ресурсам. Однако анализ практики современных международных исследований показывает явную недостаточность и подчас некорректность использования такого подхода. Важно изучение предпочтений (предпочтений) потенциальных туристов, их удовлетворенности в ходе поездок, а также экономических оснований развития туризма в регионах. Иными словами, последний целесообразно рассматривать в контексте не столько географическом, сколько социально-экономическом. Отметим, что экономические аспекты становления региональных дестинаций в последние годы также стали привлекать внимание специалистов. В частности, они рассмотрены в недавних работах Е.А. Ворониной и др. [1], А.А. Понедельник и Д.А. Рубана [14, 15], М. Чжана и Ю. Шмидта [18]. Особую важность представляют инвестиции в сферу гостеприимства. Последняя в значительной степени обеспечивает удовлетворенность туристов от посещения конкретных территорий. Следовательно, устойчивое финансирование этой сферы должно вносить заметный вклад в приобретение регионами страны успешности в качестве дестинаций в будущем. Это тем более важно в случае въездного туризма по причине того, что зарубежные туристы, как правило, имеют богатый опыт путешествий и, следовательно, обширную информацию для сравнения качества услуг, предлагаемых в разных дестинациях мира. Целью настоящей работы является выявление особенностей динамики инвестиций в сферу гостеприимства в течение последних лет с точки зрения успешности региональных туристских дестинаций России на международном уровне в ближайшие 7–10 лет. Связь развития туризма в регионах с социально-экономическими показателями последних находится вне фокуса данного исследования в связи с тем, что она достаточно подробно рассматривалась ранее [14, 15], т.е. во избежание дублирования. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые «накопление» инвестиций за несколько лет рассматривается в качестве предпосылки будущего развития въездного туризма в регионах; проведенные расчеты, предлагаемая типизация и предпринятые качественные интерпретации являются оригинальными.

Теоретические основания для изучения динамики инвестиций как фактора развития индустрии туризма и гостеприимства заложены работами ряда российских и зарубежных специалистов. Э.В. Загалова и О.Ю. Ермоловская [4] рассматривают вопросы, связанные с формированием эффективной инвестиционной политики в сфере туризма на региональном уровне. В частности, эти специалисты отмечают важность учета такого показателя, как туристический мультипликатор, который отражает объем капитала, привлеченного на определенную территорию. Сходные вопросы в применении к регионам Узбекистана анализирует в своей статье Т.В. Ким [6]. А.И. Кошелева [9] на примере Республики Крым обращает внимание на взаимосвязь инвестиций в регион и величину туристского потока. М.П. Мерзлова и М.М. Качурина [12] формулируют проблему инвестиционного климата в сфере туризма и обращают внимание на роль особых экономических зон и государственно-частного партнерства в его формировании. На примере Магаданской области А.Д. Резвая [16] объясняет сущность успешных инвестиционных проектов в данной сфере, а также предлагает ряд инструментов по обеспечению соответствующей инвестиционной активности. Целый ряд исследователей обращается к проблеме инвестиционной привлекательности регионального туризма. Так, З.П. Замятина [5] исходит из важности туристическо-рекреационных ресурсов территории, ее эколого-экономического потенциала, а также наличия соответствующей информации, что иллюстрируется на примере Алтайского края. С.М. Кочетков [8] обращается к более общим вопросам, однако также увязывает использование потенциала регионов с привлечением необходимых для этого инвестиций. А.Н. Полухина и М.В. Талалаев [13] анализируют ту же проблему, отмечая при этом важность стимулирования инвестиций посредством принятия соответствующих нормативно-правовых актов.

Меньшее число работ посвящено инвестициям в сферу собственно гостеприимства. Так, Е. Дедусенко [3] делает акцент на важную роль региональных инвестиций в гостиничное хозяйство и соответствующую поддержку административными органами. Ю.Г. Терентьева и И.Н. Гаврильчак [17] рассматривают проблему в контексте государственно-частного партнерства. М. Фок [21] определяет условия привлечения прямых иностранных инвестиций в сферу гостеприимства, анализируя ситуацию в разных странах. В частности, делается вывод о большей успешности в этом отношении Великобритании, Индии и Мексики в сравнении с Россией, Германией и США. Л. Уравич и М. Хрватин [22] показывают важность иностранных инвестиций в сферу гостеприимства для развития Истрии (Хорватия) как дестинации, весьма конкурентоспособной в масштабах Европы и Средиземноморья. Наконец, Л.П. Шматко [19] анализирует тенденции становления Ростовской области в качестве дестинации въездного туризма, в том числе с учетом роста числа иностранных туристов. Показано, что проведение матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 г. формирует значимую предпосылку для увеличения окупаемости инвестиций в региональную сферу гостеприимства.

Анализ всего вышесказанного свидетельствует, что инвестиции в индустрию туризма и гостеприимства должны оказывать большое влияние на ее развитие, в том числе и на выход региональных дестинаций на между-

народный уровень. Однако многие авторы при обсуждении объема инвестиций исходят, к сожалению, преимущественно из имеющейся в регионах ресурсной базы, уделяя меньшее внимание предпочтениям туристов и их удовлетворенности оказанными услугами. Принципиально важно понимать, что инвестиции в гостиницы, ресторанный бизнес и т.п. важны сами по себе. Более высокое качество размещения и обслуживания туристов делает регион более популярным независимо от ресурсов, которыми он обладает. В современном мире туристски-аттрактивные (привлекательные для посетителей) объекты могут создаваться в короткие сроки на любой ресурсной базе. Иными словами, для становления региональной дестинации международного туризма вовсе не обязательно изначальное наличие богатых туристическо-рекреационных ресурсов. Основное положение, принимаемое в качестве рабочей гипотезы в настоящей работе, заключается в следующем. При устойчивом росте объемов инвестиций в сферу гостеприимства в регионе создается значимая предпосылка для будущего становления международной туристской дестинации. Исходя из такого положения, можно проанализировать предпосылки успешности регионов России в качестве международных туристских дестинаций. Иными словами, данная работа направлена на определение потенциала будущего развития международного туризма в субъектах Федерации, связанного с предшествующей динамикой инвестиций.

В целях настоящего исследования была использована статистическая информация Росстата об объемах инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов (фиксируется совокупно) в регионах России в течение периода 2010–2015 гг. [23]. Данный параметр вполне адекватно характеризует инвестиции в сферу гостеприимства на региональном уровне. Отмеченный временной интервал выбран по двум причинам. Во-первых, для него имеется в наличии однородный массив данных. Во-вторых, данный период характеризует отдельный этап экономического развития страны, соответствующий восстановлению после кризисных явлений 2008–2009 гг. и инициации экономической турбулентности в 2014–2015 гг. Стоит отметить, что при проведении анализа не учитывались данные по Республике Крым и г. Севастополь (по объективным причинам отсутствует информация до 2015 г.), а также ряду регионов, для которых нет данных хотя бы по одному году анализируемого интервала (число таких регионов невелико). Сформированный в итоге массив данных, подлежащих анализу, представлен в табл. 1.

Методика работы заключается в следующем. Прежде всего, скомпилированные статистические данные об объемах инвестиций в основные фонды гостиниц и ресторанов, которые даются в фактически действовавших ценах, должны быть скорректированы с учетом индекса потребительских цен. С одной стороны, это необходимо для последующего сравнения объемов инвестиций в отдельные годы интервала. С другой стороны, из работы Р. Андерсона [20] известно, что инфляция сильно влияет на инвестирование в сферу гостеприимства, а потому должна обязательно учитываться. Таким образом, с учетом информации об изменении потребительских цен, фиксируемой Росстатом [23], оказалось возможным привести данные об объемах инвестиций к уровню цен 2010 г., являющегося первым годом рассматриваемого периода. Полученный таким образом массив данных да-

Таблица 1

**Динамика объемов инвестиций в сферу гостеприимства (гостиницы и рестораны)  
в регионах Российской Федерации в фактически действовавших ценах**

Регион	Объем инвестиций по годам, млн руб.					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Белгородская область	90,6	22,9	34	231,2	103,1	270,9
Брянская область	57,3	11	6,6	27,9	40,9	38,1
Владимирская область	131	126,3	137,1	154,2	207,9	179,9
Воронежская область	25,6	127,5	15,8	55,4	818,6	154,2
Ивановская область	3,7	21,7	28,7	25,2	31,6	62,3
Калужская область	1303,7	99,3	110,1	121,2	122,4	814,7
Костромская область	21,8	8,8	4	31,9	27,8	9,5
Курская область	5,8	10,7	19	129,3	48,4	60
Липецкая область	89,6	131,8	227,2	165,9	21,7	20,3
Московская область	1833	3786,4	3074,9	4320,3	5001,9	5354,3
Орловская область	14,9	1040	495,7	4,6	7,4	153,6
Рязанская область	19,5	69,5	39,3	30,6	30,6	93,5
Смоленская область	101,1	78,2	32,3	50,7	81,6	72,8
Тамбовская область	19,9	17,2	15,3	6,4	11,3	225,9
Тверская область	149,2	120,7	169,1	413,2	1888,9	221,1
Тульская область	14,2	13,8	17	22,9	79,7	96,1
Ярославская область	227,7	1150,7	1217,7	245,9	366,8	457,5
г. Москва	10834,6	19338,5	4851,2	10944,5	7032,5	5582,5
Республика Карелия	3,1	0,3	13,1	23,6	130,2	9,8
Республика Коми	20,4	14,6	41,5	8,5	22,4	17,5
Архангельская область	297	153,7	44,6	228,2	66,9	117,5
Вологодская область	64,1	172,5	74,9	109,5	117,1	177,6
Калининградская область	28,7	39,6	349,7	21,9	64,6	649,7
Ленинградская область	201,6	11	34,2	25,5	236	153,9
Мурманская область	111,7	521,1	132	356,7	2774,4	247,4
Новгородская область	300,2	379,9	131,7	169,5	226,6	62,9
Псковская область	20,8	45,1	211,2	167,1	24,5	168,9
г. Санкт-Петербург	1754,2	1817,3	2143	977,7	4545,1	3778,8
Республика Адыгея	0,03	0,1	32,8	56,5	22,4	43,6
Краснодарский край	2852,2	11486,4	5398,2	43775,2	51475,5	4125,8
Астраханская область	150,4	401	409,6	587,6	312,5	427,9
Волгоградская область	124,5	195,7	109,6	151,6	228,5	500,6
Ростовская область	68,7	454	378	234,3	175,5	144,8
Ставропольский край	317,5	347,3	866,4	166,7	48,8	108,5
Республика Башкортостан	120,8	84,4	307,4	206,4	663,2	2497,4
Республика Марий Эл	97,4	29,6	7,7	3,7	21,9	14,5
Республика Мордовия	22,3	52,7	306	517,4	102,8	98,3
Республика Татарстан	523,1	546,4	700,6	1066,9	872,2	1271
Удмуртская Республика	43,1	223,1	77,8	67,4	129,1	89,2
Чувашская Республика	9,2	38	29,8	35,4	75,9	58,1
Пермский край	29,4	74,3	71,9	110,8	88,5	93,3
Кировская область	90,7	150,4	104,8	105,5	83,2	71,9

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
Нижегородская область	834,1	1045,7	227,2	218,5	171,5	1047,1
Оренбургская область	11,4	21,1	23,9	75	71,5	97,9
Пензенская область	40,5	58,4	1,3	4,3	18,5	78,4
Самарская область	129,5	243,3	220,3	488,8	358,3	606,5
Саратовская область	108,3	135,5	21,1	32,5	80,4	108,7
Ульяновская область	298,4	33,3	24,5	280,7	26,6	29,8
Курганская область	3,7	6,6	45,5	18,4	89,7	39,4
Свердловская область	289,7	167,3	235,3	748,5	902,8	1456,5
Тюменская область	1166,8	299,8	597,7	691,1	425,4	990
Челябинская область	50,1	22,1	36,9	111,5	367,5	134,7
Республика Алтай	12,4	851,2	896,1	1382,2	1477,4	274,3
Республика Бурятия	51,5	28,6	20,6	20,1	9,8	3,5
Республика Хакасия	101,8	19,5	4,4	28,8	7,5	9,9
Алтайский край	25,4	29,3	38,7	34	72,5	17,1
Забайкальский край	0,8	3,8	7,3	5,5	0,7	5,4
Красноярский край	753,9	1588	1935	1997,3	1641,5	2304,2
Иркутская область	80,4	44,3	176,8	237,4	400,6	493,9
Кемеровская область	187,4	194,9	227,3	275	103,1	88,6
Новосибирская область	906	828,4	530,6	139,4	126,3	677,2
Омская область	18,1	7,8	7,3	10,2	14,3	464,2
Томская область	142,3	430,7	161	253,4	169,7	404,2
Республика Саха (Якутия)	76,5	144,5	124,2	117,6	6,1	5,2
Камчатский край	9,5	6,9	3,9	13,7	2,8	10,5
Приморский край	1069,1	1718	3714,2	1196,8	1954,4	1589,6
Хабаровский край	91,3	55,5	69	38,2	60,6	287,3
Амурская область	13,4	11,2	21,8	8,1	18	1,7
Сахалинская область	7,5	33,1	70,3	33,9	39,2	105,1

Источник: составлено авторами на основании данных Росстата [23].

лее анализировался следующим образом. Во-первых, интерпретировалась интенсивность и упорядоченность динамики инвестиций в индустрию гостеприимства на региональном уровне. Во-вторых, рассчитывались изменения объемов инвестиций в регионах в сравнении с предыдущим годом. Последнее позволяет провести типизацию регионов по характеру прироста объемов инвестиций. Сделать это можно для периода 2011–2015 гг., так как 2011 г. оказывается первым, для которого может быть проведено сравнение с предыдущим годом по данным табл. 1. Предлагается подразделить все регионы на 5 категорий (табл. 2). Последующие интерпретации сделанных заключений нацелены на определение инвестиционных предпосылок развития международных туристских дестинаций в регионах страны.

Безусловно, подобного рода исследование могло бы быть значительно дополнено и конкретизировано за счет использования различных статистических инструментов (например, регрессионного анализа зависимости туристической успешности региона и динамики инвестиций). Однако в настоящее время подобного рода методы не могут быть применены по следующим принципиальным обстоятельствам. Во-первых, отсутствует до-

Таблица 2

**Типизация регионов Российской Федерации по характеру инвестирования  
в сферу гостеприимства в течение 2011–2015 гг.**

Категория	Наименование	Характеристика прироста объемов инвестиций в ценах 2010 г.
I	Устойчивое инвестирование	Непрерывный в течение всего периода
II	Достаточно устойчивое инвестирование	Со спадом в течение 1 года
III	Неустойчивое инвестирование	Со спадом в течение 2 лет
IV	Резко неустойчивое инвестирование	Со спадом в течение 3 лет
V	Проблемное инвестирование	Со спадом в течение 4 лет
VI	Катастрофическое инвестирование	Непрерывный спад в течение всего периода

Источник: разработано авторами.

статочное количество необходимой для этого статистической информации (параметры, фиксируемые Росстатом и Ростуризмом, недостаточны). Речь идет не только об отсутствии детальных данных о туристских потоках. Дело в том, что успешность туристской дестинации определяется удовлетворенностью туристов, качеством сформировавшихся впечатлений, пассивным распространением образа территории и т.п. Они даже более важны, чем величина туристских потоков. Хотя методики количественной оценки подобных параметров существуют (как правило, они используются зарубежными специалистами и только в сугубо исследовательских целях), применение их в России крайне редко. Следовательно, информации об изменении этих параметров для всех регионов за несколько лет не существует. Во-вторых, туризм в России вступил в эпоху новой реальности в 2014–2105 гг. в связи с геополитическими и экономическими изменениями. Это сформировало новую повестку дня для государства и привело к значительной трансформации туристских потоков. Следовательно, перспективность регионов в качестве туристских дестинаций логично отсчитывать только с 2015 г. в связи с тем, что ранее спрос со стороны потребителей туристических услуг был иным и определялся иными же факторами. Наконец, в-третьих, ожидаемая связь успешности российских регионов в качестве международных туристских дестинаций и инвестиций в сферу гостеприимства представляется не только нелинейной, но и принципиально отличающейся между регионами. Более того, промежуток времени между началом/интенсификацией этих инвестиций и ростом туризма определяется влиянием множества прочих факторов. Следовательно, в настоящее время возможен только анализ инвестиционных предпосылок будущего (в течение 7–10 лет) развития международного туризма в регионах России, что однако важно само по себе, в том числе для разработки соответствующих государственных программ и планирования инвестиционной деятельности.

Результаты проведенного исследования оказались следующими. Динамика объемов инвестиций различается между регионами России (табл. 3). В некоторых из них она характеризуется заметной интенсивностью. Например, к числу таковых относится Белгородская область, где объем инве-

Таблица 3

**Динамика объемов инвестиций в сферу гостеприимства (гостиницы и рестораны)  
в регионах Российской Федерации в ценах 2010 г.**

Регион	Объем инвестиций по годам, млн руб.					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Белгородская область	90,6	21,6	30,1	192,1	76,9	179,0
Брянская область	57,3	10,4	5,8	23,2	30,5	25,2
Владимирская область	131	119,0	121,2	128,1	155,1	118,9
Воронежская область	25,6	120,2	14,0	460,2	610,7	101,9
Ивановская область	3,7	20,5	25,4	20,9	23,6	41,2
Калужская область	1303,7	93,6	97,4	100,7	91,3	538,3
Костромская область	21,8	8,3	3,5	26,5	20,7	6,3
Курская область	5,8	10,1	16,8	107,4	36,1	39,6
Липецкая область	89,6	124,2	200,9	137,8	16,2	13,4
Московская область	1833	3568,7	2719,2	3589,0	3731,4	3537,6
Орловская область	14,9	980,2	438,4	3,8	5,5	101,5
Рязанская область	19,5	65,5	34,8	25,4	22,8	61,8
Смоленская область	101,1	73,7	28,6	42,1	60,9	48,1
Тамбовская область	19,9	16,2	13,5	5,3	8,4	149,3
Тверская область	149,2	113,8	149,5	343,3	1409,1	146,1
Тульская область	14,2	13,0	15,0	19,0	59,5	63,5
Ярославская область	227,7	1084,5	1076,8	204,3	273,6	302,3
г. Москва	10834,6	18226,7	4290,0	9092,0	5246,2	3688,3
Республика Карелия	3,1	0,3	11,6	19,6	97,1	6,5
Республика Коми	20,4	13,8	36,7	7,1	16,7	11,6
Архангельская область	297	144,9	39,4	189,6	49,9	77,6
Вологодская область	64,1	162,6	66,2	91,0	87,4	117,3
Калининградская область	28,7	37,3	309,2	18,2	48,2	429,3
Ленинградская область	201,6	10,4	30,2	21,2	176,1	101,7
Мурманская область	111,7	491,1	116,7	296,3	2069,7	163,5
Новгородская область	300,2	358,1	116,5	140,8	169,0	41,6
Псковская область	20,8	42,5	186,8	138,8	18,3	111,6
г. Санкт-Петербург	1754,2	1712,8	1895,1	812,2	3390,6	2496,6
Республика Адыгея	0,03	0,1	29,0	46,9	16,7	28,8
Краснодарский край	2852,2	10826,0	4773,7	36365,7	38400,3	2725,9
Астраханская область	150,4	377,9	362,2	488,1	233,1	282,7
Волгоградская область	124,5	184,4	96,9	125,9	170,5	330,7
Ростовская область	68,7	427,9	33,4	194,6	130,9	95,7
Ставропольский край	317,5	327,3	766,2	138,5	36,4	71,7
Республика Башкортостан	120,8	79,5	271,8	171,5	494,7	1650,0
Республика Марий Эл	97,4	27,9	6,8	3,1	16,3	9,6
Республика Мордовия	22,3	49,7	270,6	429,8	76,7	64,9
Республика Татарстан	523,1	515,0	619,6	886,3	650,7	839,7
Удмуртская Республика	43,1	210,3	68,8	56,0	96,3	58,9
Чувашская Республика	9,2	35,8	26,4	29,4	56,6	38,4
Пермский край	29,4	70,0	63,6	92,0	66,0	61,6
Кировская область	90,7	141,8	92,7	87,6	62,1	47,5

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6	7
Нижегородская область	834,1	985,6	200,9	181,5	127,9	691,8
Оренбургская область	11,4	19,9	21,1	62,3	53,3	64,7
Пензенская область	40,5	55,0	1,1	3,6	13,8	51,8
Самарская область	129,5	229,3	194,8	406,1	267,3	400,7
Саратовская область	108,3	127,7	18,7	27,0	60,0	71,8
Ульяновская область	298,4	31,4	21,7	233,2	19,8	19,7
Курганская область	3,7	6,2	40,2	15,3	66,9	26,0
Свердловская область	289,7	157,7	208,1	621,8	673,5	962,3
Тюменская область	1166,8	282,6	528,6	574,1	317,3	654,1
Челябинская область	50,1	20,8	32,6	92,6	274,2	89,0
Республика Алтай	12,4	802,3	792,4	1148,2	1102,1	181,2
Республика Бурятия	51,5	27,0	18,2	16,7	7,3	2,3
Республика Хакасия	101,8	18,4	3,9	23,9	5,6	6,5
Алтайский край	25,4	27,6	34,2	28,2	54,1	11,3
Забайкальский край	0,8	3,6	6,5	4,6	0,5	3,6
Красноярский край	753,9	1496,7	1711,2	1659,2	1224,5	1522,4
Иркутская область	80,4	41,8	156,3	197,2	298,8	326,3
Кемеровская область	187,4	183,7	201,0	228,5	76,9	58,5
Новосибирская область	906	780,8	469,2	115,8	94,2	447,4
Омская область	18,1	7,4	6,5	8,5	10,7	306,7
Томская область	142,3	405,9	142,4	210,5	126,6	267,1
Республика Саха (Якутия)	76,5	136,2	109,8	97,7	4,6	3,4
Камчатский край	9,5	6,5	3,4	11,4	2,1	6,9
Приморский край	1069,1	1619,2	3284,5	994,2	1458,0	1050,2
Хабаровский край	91,3	52,3	61,0	31,7	45,2	189,8
Амурская область	13,4	10,6	19,3	6,7	13,4	1,1
Сахалинская область	7,5	31,2	62,2	28,2	29,2	69,4

Источник: рассчитано авторами на основании данных Росстата [23].

стиций в основной капитал гостиниц и ресторанов на коротком временном отрезке отличался в 9 раз. Еще большие отличия устанавливаются в Воронежской области, где разница между инвестированием в 2012 и 2013 гг. превышает 40 раз. Напротив, имеются регионы, где интенсивность динамики была слабой. В частности, такая ситуация характерна для Чувашской Республики и Алтайского края. В целом в стране преобладают регионы с достаточной интенсивностью динамики инвестирования. Что касается упорядоченности последнего, то она оказывается, как правило, низкой. В большинстве регионов четких тенденций изменения объемов инвестиций не прослеживается. Все вышесказанное означает, что инвестиции в сферу гостеприимства в стране носят хаотичный характер, характеризуюсь «всплесками» в отдельные годы и снижением в другие. Расчет коэффициентов корреляции для значений, представленных в табл. 2, между годами показывает, что распределение инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов по регионам оставалось до 2015 г. примерно сходным (значения коэффициента корреляции изменяются в пределах 0,7–1,0). Однако значение коэффициента корреляции между 2014 и 2015 г. оказывается намного

ниже, составляя всего 0,5. Это означает, что именно в конце рассматриваемого периода произошло перераспределение инвестиций в масштабах страны. Возможно, это связано с тем, что в условиях экономической турбулентности объем инвестиций сократился в некоторых регионах, тогда как в других – напротив, вырос на фоне активного проведения государственной политики, направленной на повышение туристской привлекательности регионов. В любом случае, эти данные подтверждают отмеченную выше хаотичность.

Предпринятый расчет изменения объемов инвестиций в сферу гостеприимства показывает неоднозначность ситуации в стране (табл. 4). В некоторых регионах в отдельные годы имел место значительный прирост, тогда как весьма часто фиксировался и спад. Например, исключительно большой прирост имел место в Краснодарском крае в 2013 г., когда объем инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов вырос на 31,6 млрд руб. Рост в 1,7 млрд руб. был зафиксирован в 2012 г. в Приморском крае. Напротив, спад объема инвестиций в г. Москва в 2012 г. достиг 13,9 млрд руб., а в Мурманской области в 2015 г. – 1,9 млрд руб. Такая ситуация согласуется со сделанным выше выводом о хаотичности инвестирования в сферу гостеприимства в России.

Таблица 4

**Изменение объемов инвестиций в сферу гостеприимства (гостиницы и рестораны) в регионах Российской Федерации в сравнении с предыдущим годом в ценах 2010 г.**

Регион	Прирост объема инвестиций по годам, млн руб.				
	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
Белгородская область	-69,0	8,5	162,0	-115,2	102,1
Брянская область	-46,9	-4,5	17,3	7,3	-5,3
Владимирская область	-12,0	2,2	6,9	27,0	-36,2
Воронежская область	94,6	-106,2	446,3	150,4	-508,8
Ивановская область	16,8	4,9	-4,4	2,6	17,6
Калужская область	-1210,1	3,8	3,3	-9,4	447,0
Костромская область	-13,5	-4,8	23,0	-5,8	-14,5
Курская область	4,3	6,7	90,6	-71,3	3,5
Липецкая область	34,6	76,7	-63,1	-121,6	-2,8
Московская область	1735,7	-849,5	869,8	142,3	-193,8
Орловская область	965,3	-541,9	-434,5	1,7	96,0
Рязанская область	46,0	-30,8	-9,3	-2,6	38,9
Смоленская область	-27,4	-45,1	13,6	18,8	-12,8
Тамбовская область	-3,7	-2,7	-8,2	3,1	140,8
Тверская область	-35,4	35,8	193,7	1065,8	-1263,0
Тульская область	-1,2	2,0	4,0	40,4	4,0
Ярославская область	856,8	-7,7	-872,6	69,4	28,6
г. Москва	7392,1	-13936,7	4802,0	-3845,8	-1557,9
Республика Карелия	-2,8	11,3	8,0	77,5	-90,7
Республика Коми	-6,6	22,9	-29,6	9,6	-5,1
Архангельская область	-152,1	-105,4	150,1	-139,7	27,7
Вологодская область	98,5	-96,3	24,7	-3,6	30,0

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5	6
Калининградская область	8,6	271,9	-291,1	30,0	381,1
Ленинградская область	-191,2	19,9	-9,1	154,9	-74,4
Мурманская область	379,4	-374,4	179,6	1773,4	-1906,2
Новгородская область	57,9	-241,6	24,3	28,2	-127,5
Псковская область	21,7	144,3	-48,0	-120,5	93,3
г. Санкт-Петербург	-41,4	182,3	-1082,9	2578,4	-894,0
Республика Адыгея	0,1	28,9	17,9	-30,2	12,1
Краснодарский край	7973,8	-6052,3	31591,9	2034,6	-35674,4
Астраханская область	227,5	-15,7	125,9	-255,0	49,6
Волгоградская область	59,9	-87,5	29,0	44,5	160,3
Ростовская область	359,2	-394,5	161,2	-63,7	-35,3
Ставропольский край	9,8	438,8	-627,7	-102,1	35,3
Республика Башкортостан	-41,3	192,3	-100,4	323,3	1155,3
Республика Марий Эл	-69,5	-21,1	-3,7	13,3	-6,8
Республика Мордовия	27,4	220,9	159,2	-353,1	-11,7
Республика Татарстан	-8,1	104,6	266,8	-235,7	189,1
Удмуртская Республика	167,2	-141,5	-12,8	40,3	-37,4
Чувашская Республика	26,6	-9,5	3,1	27,2	-18,2
Пермский край	40,6	-6,4	28,5	-26,0	-4,4
Кировская область	51,1	-49,1	-5,0	-25,6	-14,6
Нижегородская область	151,5	-784,7	-19,4	-53,6	563,9
Оренбургская область	8,5	1,2	41,2	-9,0	11,3
Пензенская область	14,5	-53,9	2,4	10,2	38,0
Самарская область	99,8	-34,5	211,2	-138,8	133,4
Саратовская область	19,4	-109,1	8,3	33,0	11,8
Ульяновская область	-267,0	-9,7	211,5	-213,3	-0,2
Курганская область	2,5	34,0	-25,0	51,6	-40,9
Свердловская область	-132,0	50,4	413,7	51,7	288,8
Тюменская область	-884,2	246,0	45,6	-256,8	336,7
Челябинская область	-29,3	11,8	60,0	181,5	-185,2
Республика Алтай	789,9	-9,8	355,8	-46,1	-920,9
Республика Бурятия	-24,5	-8,7	-1,5	-9,4	-5,0
Республика Хакасия	-83,4	-14,5	20,0	-18,3	0,9
Алтайский край	2,2	6,6	-6,0	25,8	-42,8
Забайкальский край	2,8	2,9	-1,9	-4,0	3,0
Красноярский край	742,8	214,5	-51,9	-434,7	297,8
Иркутская область	-38,6	114,6	40,9	101,6	27,5
Кемеровская область	-3,7	17,3	27,4	-151,5	-18,4
Новосибирская область	-125,2	-311,6	-353,4	-21,6	353,2
Омская область	-10,7	-0,9	2,0	2,2	296,0
Томская область	263,6	-263,6	68,1	-83,9	140,5
Республика Саха (Якутия)	59,7	-26,4	-12,1	-93,1	-1,1
Камчатский край	-3,0	-3,1	7,9	-9,3	4,8
Приморский край	550,1	1665,3	-2290,3	463,7	-407,7
Хабаровский край	-39,0	8,7	-29,3	13,5	144,6
Амурская область	-2,8	8,7	-12,5	6,7	-12,3
Сахалинская область	23,7	31,0	-34,0	1,1	40,2

Источник: рассчитано авторами на основании данных Росстата [23].

Имеющаяся информация (см. табл. 4) позволяет провести типизацию регионов России по характеру инвестирования в сферу гостеприимства и отнести каждый регион к определенной категории согласно табл. 2. Как можно увидеть, в стране преобладают регионы III и IV категорий (табл. 5), т.е. те, в которых спад объема инвестиций имел место два или три раза за пятилетний интервал. Это наблюдение вновь согласуется с заключением о хаотичности инвестирования. Примечательно отсутствие представителей категории I. Следовательно, в России нет ни одного региона, где бы инвестиции в сферу гостеприимства направленно увеличивались. Это весьма тревожный знак, который указывает на повсеместное отсутствие стабильности. Число регионов категории II также сравнительно невелико (17 % от общего количества). При этом во всех из них, за исключением Свердловской, Калининградской и Иркутской областей, прирост объема инвестиций за анализируемый период оказался весьма скромным в абсолютном исчислении (см. табл. 5). В целом ряде регионов страны инвестиции в основной капитал гостиниц и ресторанов большей частью сокращались

Таблица 5

**Типизация регионов Российской Федерации по характеру инвестирования в сферу гостеприимства в течение 2011–2015 гг.**

Регион	Категория (по табл. 2)	Кумулятивный прирост объема инвестиций за 2011–2015 гг. в ценах 2010 г., млн руб.
1	2	3
Белгородская область	III	88,4
Брянская область	IV	-32,1
Владимирская область	III	-12,1
Воронежская область	III	76,3
Ивановская область	II	37,5
Калужская область	III	-765,4
Костромская область	V	-15,5
Курская область	II	33,8
Липецкая область	IV	-76,2
Московская область	III	1704,6
Орловская область	III	86,6
Рязанская область	IV	42,3
Смоленская область	IV	-53,0
Тамбовская область	IV	129,4
Тверская область	III	-3,1
Тульская область	II	49,3
Ярославская область	III	74,6
г. Москва	IV	-7146,3
Республика Карелия	III	3,4
Республика Коми	IV	-8,8
Архангельская область	IV	-219,4
Вологодская область	III	53,2
Калининградская область	II	400,6
Ленинградская область	IV	-99,9

Окончание табл. 5

1	2	3
Мурманская область	III	51,8
Новгородская область	III	-258,6
Псковская область	III	90,8
г. Санкт-Петербург	IV	742,4
Республика Адыгея	II	28,8
Краснодарский край	III	-126,3
Астраханская область	III	132,3
Волгоградская область	II	206,2
Ростовская область	IV	27,0
Ставропольский край	III	-245,8
Республика Башкортостан	III	1529,2
Республика Марий Эл	V	-87,8
Республика Мордовия	III	42,6
Республика Татарстан	III	316,6
Удмуртская Республика	IV	15,8
Чувашская Республика	III	29,2
Пермский край	IV	32,2
Кировская область	V	-43,2
Нижегородская область	IV	-142,3
Оренбургская область	II	53,3
Пензенская область	II	11,3
Самарская область	III	271,2
Саратовская область	II	-36,5
Ульяновская область	V	-278,7
Курганская область	III	22,3
Свердловская область	II	672,6
Тюменская область	III	-512,7
Челябинская область	III	38,9
Республика Алтай	IV	168,8
Республика Бурятия	VI	-49,2
Республика Хакасия	IV	-95,3
Алтайский край	III	-14,1
Забайкальский край	III	2,8
Красноярский край	III	768,5
Иркутская область	II	245,9
Кемеровская область	IV	-128,9
Новосибирская область	V	-458,6
Омская область	III	288,6
Томская область	III	124,8
Республика Саха (Якутия)	V	-73,1
Камчатский край	IV	-2,6
Приморский край	III	-18,9
Хабаровский край	III	98,5
Амурская область	IV	-12,3
Сахалинская область	II	61,9

Источник: определено авторами на основании информации из табл. 4.

(категория V). Это имело место в республиках Марий Эл и Саха (Якутия), Кировской, Костромской, Новосибирской и Ульяновской областях (см. табл. 5). Наконец, Республика Бурятия относится к категории VI, т.е. в данном регионе объем инвестиций падал непрерывно в течение всех пяти лет. Таким образом, в большинстве регионов инвестирование в сферу гостеприимства оказывается неустойчивым и резко неустойчивым, а подчас носит проблемный и даже катастрофический характер. Ситуация по федеральным округам различается мало. Во всех из них присутствуют регионы разных категорий, включая и те, где инвестирование было резко неустойчивым и даже проблемным. Следовательно, каких-либо четких географических закономерностей в характере инвестирования в сферу гостеприимства в пространстве страны проследить не удастся.

Результаты настоящего исследования свидетельствуют о том, что такая предпосылка будущей успешности регионов России в качестве международных дестинаций туризма, как инвестиции в сферу гостеприимства, оказывается недостаточной. Это касается как большинства регионов, так и страны в целом. Отмеченная выше хаотичность инвестирования способствует неравномерному развитию гостиниц и ресторанов. Более того, она сдерживает само привлечение средств соответствующими организациями, так как хаотичность с точки зрения инвестора означает неопределенность, и, следовательно, дополнительные риски. Можно утверждать, что в регионах России на изученном временном отрезке отсутствовало должное понимание государственных интересов, связанных с развитием как въездного, так и внутреннего туризма, а также механизмов их обеспечения. Достаточно сказать, что Республика Бурятия, где инвестиции в сферу гостеприимства непрерывно сокращались в последние годы, обладает уникальными природными (озеро Байкал, Саянские горы) и историко-культурными (буддистское наследие) туристскими ресурсами, которые потенциально могут привлечь посетителей со всего мира. Однако сокращение объема инвестиций в сферу гостеприимства вряд ли способствовало аккумуляции капитала, достаточного для решения этой задачи путем повышения качества размещения и сервиса. Более или менее достаточные предпосылки сформированы в 12 регионах II категории, к числу которых относятся Республика Адыгея, Волгоградская, Ивановская, Иркутская, Калининградская, Курская, Оренбургская, Пензенская, Саратовская, Сахалинская, Свердловская и Тульская области. Однако и в них существуют проблемы, связанные с тем, что объем инвестиций в целом возрастал, однако в абсолютном выражении лишь незначительно (см. табл. 5). Более того, даже в тех регионах, где он был существенным, он при этом был неравномерным, со «всплесками» инвестиционной активности лишь в отдельные годы. С учетом таких предпосылок достаточно трудно прогнозировать «прорыв» какой-либо из отечественных региональных туристских дестинаций на международном рынке в ближайшие годы.

Сделанные выше заключения должны быть увязаны с представлениями о регионах, которые уже являются сравнительно значимыми международными туристскими дестинациями России (выделены А.А. Понедельник и Д.А. Рубаном [15]). Основным критерием для их выделения является вклад в общероссийский поток иностранных туристов более 1 %. По со-

стоянию на 2013 г. (последний год, для которого доступна соответствующая информация), таковых регионов всего 12. К их числу относятся г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская область, Приморский край, Свердловская область, Краснодарский край, Калужская область, Республика Татарстан, Самарская, Иркутская, Калининградская и Челябинская области (перечислены в порядке убывания значимости) [15]. Проанализируем ситуацию с инвестициями в сферу гостеприимства в каждом из этих регионов на основании информации, представленной в табл. 3–5. В г. Москва инвестирование оказывается значительным в абсолютном выражении, хотя и неустойчивым. В отдельные годы оно характеризовалось сильным спадом. Регион относится к категории IV, а за пять лет объем инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов снизился. В г. Санкт-Петербург ситуация в целом аналогична, хотя за последние пять лет зафиксирован прирост объема инвестиций. В Московской области инвестирование было значительным в абсолютном выражении, хотя и неустойчивым. В отдельные годы оно характеризовалось сильным спадом. Регион относится к категории III, а за пять лет объем инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов вырос. Сходная ситуация установлена в Приморском крае, где однако прироста инвестиций за пять лет не зафиксировано. В Свердловской области инвестирование в сферу гостеприимства было более или менее значительным, однако чаще увеличивалось. Регион относится к категории II, за пять лет отмечен значительный прирост объема инвестиций. Спад последний раз имел место в 2011 г. В Краснодарском крае объем инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов сильно менялся в абсолютном выражении. Регион относится к категории III, и за пять лет объем инвестиций в целом сократился. В Калужской области инвестирование достаточно большое. Его существенный прирост наблюдался лишь в 2015 г., однако он не компенсировал спада, имевшего место в 2011 г. Регион относится к категории III. Республика Татарстан отличается большими объемами инвестиций в основной капитал гостиниц и ресторанов, который периодически сокращался, что предопределило попадание региона в категорию III. В Самарской области инвестирование то увеличивалось, то сокращалось. За пять лет зафиксирован его прирост. Регион относится к категории III. Иркутская область в первой половине анализируемого периода характеризовалась умеренными объемами инвестиций, однако они существенно возросли во второй его половине. Несмотря на неустойчивость инвестирования, спад его имел место последний раз лишь в 2011 г. Регион относится к категории II. Калининградская область также является сравнительно успешной в плане инвестиций в сферу гостеприимства, несмотря на то, что их объемы в отдельные годы были весьма скромными. В целом за пять лет отмечен их прирост. Регион относится к категории II. Наконец, ситуация в Челябинской области оказывается амбивалентной. С одной стороны, во второй половине рассматриваемого периода объемы ежегодных инвестиций в абсолютном выражении стали большими. С другой стороны, инвестирование носит неустойчивый характер, а прирост за пять лет невелик. Регион относится к категории III.

Сказанное выше означает, что предпосылки развития сферы гостеприимства в наиболее значимых с международной точки зрения региональных

туристских дестинациях России, как правило, недостаточны и подчас даже сильно. Удивительно, что наиболее сложной ситуация оказывается в г. Москва. Сказанное означает, что дальнейшее развитие данных дестинаций, их продвижение в мировом масштабе оказывается проблематичным. Полученный в последние годы инвестиционный капитал недостаточен для «прорыва» в плане оказываемых услуг, а неустойчивость создает неблагоприятную среду для деятельности инвесторов. Может возникнуть закономерный вопрос о том, как же эти дестинации выдвинулись на первые места среди регионов страны. Здесь важно понимать, что это произошло, прежде всего, за счет их ресурсной базы в условиях интереса иностранных туристов к России в целом. Кроме того, данные дестинации оказываются значимыми среди прочих регионов страны, однако их роль в мировом масштабе не столь велика (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга). В любом случае их дальнейшее развитие, приобретение «веса» на международном туристическом рынке оказывается под вопросом, так как находится в зависимости от качества оказания услуг (в том числе по размещению), которое, в свою очередь, должно обеспечиваться грамотным инвестированием.

Сделанные в ходе настоящего анализа заключения имеют прямое практическое значение. Прежде всего, они свидетельствуют о том, что государственная политика в отношении индустрии туризма и гостеприимства нуждается в оптимизации, о чем уже говорилось ранее [2]. В частности, требуется устранить хаотичность инвестирования в сферу гостеприимства, а также обеспечить устойчивый рост его объемов в течение нескольких лет. Особое внимание при этом стоит уделять регионам V и VI категорий, а также тем, что уже сложились в качестве наиболее привлекательных для иностранных туристов. Решение такого рода задач видится действительно сложным, так как в стране пока отсутствуют его в достаточной степени успешные примеры. Возможные инструменты включают в себя реализацию инвестиционных проектов государством, установление льготных режимов для деятельности инвесторов, работающих в данном регионе на долгосрочной основе, информационное продвижение регионов для повышения их привлекательности для инвестиций в сферу гостеприимства и т.п. Особого внимания заслуживает корректное проведение государственной политики на региональном уровне. Важно выработать понимание того, что устойчивое инвестирование в сферу гостеприимства является залогом успешности в качестве международной туристской дестинации, а это несет региону определенные экономические выгоды, формирует его новое конкурентное преимущество, а также отвечает интересам страны в целом. Зафиксированная настоящим исследованием ситуация является результатом скорее не каких-то «глубинных» проблем, а недостатка внимания к сфере гостеприимства, а также неоправданно избыточного ресурсного подхода к определению туристического потенциала территорий.

На основании проведенного анализа могут быть сделаны следующие выводы. Во-первых, теоретически обосновывается, что при устойчивом росте объемов инвестиций в сферу гостеприимства в регионе создается значимая предпосылка для становления международной туристской дестинации. Во-вторых, в течение 2010–2015 гг. инвестирование в эту сферу в регионах России носило хаотичный характер, при этом ни в одном ре-

гионе оно не увеличивалось непрерывно. В-третьих, такая предпосылка успешности регионов России в качестве международных дестинаций туризма как инвестиции в сферу гостеприимства оказывается недостаточной. В-четвертых, проблемы с инвестированием в данную сферу существуют в регионах, которые привлекают наибольшее число иностранных туристов. В-пятых, требуется существенная оптимизация государственной политики в отношении индустрии туризма и гостеприимства для придания ей должной конкурентоспособности в международном масштабе. Стоит отметить, что настоящая работа анализирует именно потенциал регионов в качестве туристских дестинаций, исходя из положения о связи развития туризма и инвестиций в сферу гостеприимства. Иными словами, она носит отчасти прогнозный характер. Последующие исследования должны подтвердить действительное наличие такой связи. Однако сделать это окажется возможным не ранее, чем через несколько лет (в течение этого времени может быть накоплен требуемый массив данных), так как «точкой отсчета» должен служить 2015 г., когда становление региональных дестинаций начало приобретать устойчивый характер в связи с трансформацией туристских потоков.

### Литература

1. *Воронина Е.А., Саяпина Н.Н., Чакина С.А.* Инвестиционный климат территории и его влияние на развитие туризма в Ростовской области // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 4. С. 63–67.
2. *Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н.* Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма в России // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4. С. 14–16.
3. *Дедусенко Е.* Об инвестиционной среде и гостиничном бизнесе в российских регионах // Самоуправление. 2015. № 3. С. 31–33.
4. *Загалова Э.В., Ермоловская О.Ю.* Специфика управления инвестиционными процессами в туризме // Вестник академии. 2016. № 2. С. 89–92.
5. *Замятина З.П.* Оценка туристско-рекреационных ресурсов Алтайского края как фактор привлечения инвестиций // Экономика природопользования. 2006. № 4. С. 72–79.
6. *Ким Т.В.* Привлечение инвестиций в сферу туризма регионов и пути их эффективного использования // Экономика и предпринимательство. 2016. № 7. С. 633–637.
7. *Коновалова Е.Е., Силаева А.А., Леонова В.П.* Актуальные проблемы въездного туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 105–112.
8. *Кочетков С.М.* Инвестиционная привлекательность в туризме // Вестник Российского нового университета. Серия: человек и общество. 2015. № 5. С. 104–106.
9. *Кошелева А.И.* Туристско-рекреационный комплекс Крыма: проблемы и перспективы развития в переходный период // Регион: экономика и социология. 2015. № 3. С. 239–254.
10. *Маргиева Н.Т.* Сфера туризма в России: современное состояние и тенденции развития // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-1. С. 141–145.
11. *Медовый А.Е., Петрив А.А.* Современное состояние выездного и въездного туризма в России // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. 2017. № 1. С. 73–77.
12. *Мерзлова М.П., Качурина М.М.* Актуальные аспекты развития инвестиционного климата в сфере туризма // Сервис plus. 2014. № 2. С. 71–76.

13. *Полухина А.Н., Талалаев М.В.* К вопросу о привлечении инвестиций в сферу туризма на региональном уровне // *Современные проблемы науки и образования.* 2012. № 4. С. 212.
14. *Понедельник А.А., Рубан Д.А.* Пространственная дифференциация стоимости размещения в российских гостиницах // *Новые технологии.* 2016. № 4. С. 50–54.
15. *Понедельник А.А., Рубан Д.А.* Экономические условия становления международных туристских дестинаций в России // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность.* 2016. № 9. С. 118–128.
16. *Резвая А.Д.* Проблемы и возможности инвестиционного развития предпринимательства в туристической отрасли Магаданской области // *Экономика и управление.* 2015. № 1. С. 21–24.
17. *Терентьева Ю.Г., Гаврильчак И.Н.* Государственно-частное партнерство как инструмент развития кадрового потенциала гостиничного кластера // *Вестник национальной академии туризма.* 2014. № 4. С. 77–79.
18. *Чжан М., Шмидт Ю.* Оценка экономического потенциала регионального туристского комплекса // *Экономический анализ: теория и практика.* 2017. № 2. С. 340–350.
19. *Шматько Л.П.* Возможности и перспективы развития индустрии гостеприимства в Ростовской области // *Транспортное дело России.* 2013. № 5. С. 257–259.
20. *Anderson R.H.* Inflation and its impact on investment decisions in the hospitality industry // *International Journal of Hospitality Management.* 1983. Vol. 2. P. 121–125.
21. *Falk M.* A gravity model of foreign direct investment in the hospitality industry // *Tourism Management.* 2016. Vol. 55. P. 225–237.
22. *Uravic L., Hrvatin M.T.* The importance of foreign investments for tourism in Istria // *Ekonomika Istrazivanja.* 2009. Vol. 22. P. 81–97.
23. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (дата обращения: 28.02.2017).

### Bibliography

1. *Voronina E.A., Sajapina N.N., Chakina S.A.* Investicionnyj klimat territorii i ego vlijanie na razvitie turizma v Rostovskoj oblasti // *Vestnik Nacional'noj akademii turizma.* 2016. № 4. P. 63–67.
2. *Grigorenko T.N., Kaz'mina L.N.* Prioritety v oblasti razvitija vnutrennego i v#ezdnoho turizma v Rossii // *Vestnik Nacional'noj akademii turizma.* 2015. № 4. P. 14–16.
3. *Dedusenko E.* Ob investicionnoj srede i gostinichnom biznese v rossijskih regionah // *Samoupravlenie.* 2015. № 3. P. 31–33.
4. *Zagalova Je.V., Ermolovskaja O.Ju.* Specifika upravljenija investicionnymi processami v turizme // *Vestnik akademii.* 2016. № 2. P. 89–92.
5. *Zamjatina Z.P.* Ocenka turistsko-rekreacionnyh resursov Altajskogo kraja kak faktor privlechenija investicij // *Jekonomika prirodopol'zovanija.* 2006. № 4. P. 72–79.
6. *Kim T.V.* Privlechenie investicij v sferu turizma regionov i puti ih jeffektivnogo ispol'zovanija // *Jekonomika i predprinimatel'stvo.* 2016. № 7. P. 633–637.
7. *Konovalova E.E., Silaeva A.A., Leonova V.P.* Aktual'nye problemy v#ezdnoho turizma v Rossii // *Servis v Rossii i za rubezhom.* 2016. № 1. P. 105–112.
8. *Kochetkov S.M.* Investicionnaja privlekatel'nost' v turizme // *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Serija: chelovek i obshhestvo.* 2015. № 5. P. 104–106.
9. *Kosheleva A.I.* Turistsko-rekreacionnyj kompleks Kryma: problemy i perspektivy razvitija v perehodnyj period // *Region: jekonomika i sociologija.* 2015. № 3. P. 239–254.
10. *Margieva N.T.* Sfera turizma v Rossii: sovremennoe sostojanie i tendencii razvitija // *Jekonomika i predprinimatel'stvo.* 2015. № 10-1. P. 141–145.
11. *Medovij A.E., Petriv A.A.* Sovremennoe sostojanie vyezdnoho i v#ezdnoho turizma v Rossii // *Aktual'nye problemy jekonomiki, sociologii i prava.* 2017. № 1. P. 73–77.

12. *Merzlova M.P., Kachurina M.M.* Aktual'nye aspekty razvitija investicionnogo klimata v sfere turizma // *Servis plus*. 2014. № 2. P. 71–76.
13. *Poluhina A.N., Talalaev M.V.* K voprosu o privlechenii investicij v sferu turizma na regional'nom urovne // *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija*. 2012. № 4. P. 212.
14. *Ponedel'nik A.A., Ruban D.A.* Prostranstvennaja differenciacija stoimosti razmeshhenija v rossijskih gostinicach // *Novye tehnologii*. 2016. № 4. P. 50–54.
15. *Ponedel'nik A.A., Ruban D.A.* Jekonomicheskie uslovija stanovlenija mezhdunarodnyh turistskih destinacij v Rossii // *Nacional'nye interesy: priority i bezopasnost'*. 2016. № 9. P. 118–128.
16. *Rezvaja A.D.* Problemy i vozmozhnosti investicionnogo razvitija predprinimatel'stva v turistskoj otrasli Magadanskoj oblasti // *Jekonomika i upravlenie*. 2015. № 1. P. 21–24.
17. *Terent'eva Ju.G., Gavril'chak I.N.* Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo kak instrument razvitija kadrovogo potenciala gostinichnogo klastera // *Vestnik nacional'noj akademii turizma*. 2014. № 4. P. 77–79.
18. *Chzhan M., Shmidt Ju.* Ocenka jekonomicheskogo potenciala regional'nogo turist-skogo kompleksa // *Jekonomicheskij analiz: teorija i praktika*. 2017. № 2. P. 340–350.
19. *Shmat'ko L.P.* Vozmozhnosti i perspektivy razvitija industrii gostepriimstva v Rostovskoj oblasti // *Transportnoe delo Rossii*. 2013. № 5. P. 257–259.
20. *Anderson R.H.* Inflation and its impact on investment decisions in the hospitality industry // *International Journal of Hospitality Management*. 1983. Vol. 2. P. 121–125.
21. *Falk M.* A gravity model of foreign direct investment in the hospitality industry // *Tourism Management*. 2016. Vol. 55. P. 225–237.
22. *Uravic L., Hrvatin M.T.* The importance of foreign investments for tourism in Istria // *Ekonomiska Istrazivanja*. 2009. Vol. 22. P. 81–97.
23. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki (Rosstat). URL: [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (data obrashhenija: 28.02.2017).