

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ СФЕР ГОСУДАРСТВ БАЛТИЙСКОГО РЕГИОНА

М. А. Саранча

Российский государственный университет туризма и сервиса
141221, Россия, Московская обл., Пушкинский район,
дп. Черкизово, ул. Главная, 99

Поступила в редакцию 16.10.2019 г.
doi: 10.5922/2079-8555-2020-3-9
© Саранча М.А., 2020

Конкурентоспособность туристской сферы является одним из фундаментальных качеств государств, способствующих их полноценному участию в международном туристском рынке. Комплексная и системная оценка при сравнении с этой сферой в других государствах позволяет выявлять её структуру, сильные и слабые стороны. Актуален данный вопрос и для Балтийского региона, в котором туристская сфера представляет собой важное направление хозяйственной деятельности и влияет на повышение качества жизни его населения. Гипотеза исследования: при помощи разработанной авторской методики возможно выявить и оценить туристскую конкурентоспособность государств Балтийского региона. Цель исследования — оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона. В статье дается обзор методик оценки конкурентоспособности туристских сфер территорий. Предлагается авторская методика комплексной оценки конкурентоспособности туристских сфер государств. Интегральный индекс строится из 4 субиндексов (условия, инфраструктура, доступность и аттрактивность), 22 компонент и более чем 100 индикаторов. Методика оценки предполагает выполнение 9 этапов. Для расчетов используется обширный набор источников данных. Результаты оценки графически представлены в виде карт-схем и диаграммы. Оценка стран Балтийского региона показала их высокий (ФРГ) и относительно высокий уровни конкурентоспособности. Сильные позиции страны занимают по туристской инфраструктуре и условиям организации туристской деятельности. Более неоднородная ситуация наблюдается по туристской доступности, особенно ценовой, на западе региона. По уровню аттрактивности одним из мировых лидеров является ФРГ, относительно высоким уровнем обладают Российская Федерация, Польша, Норвегия и Швеция. Оценка показала слабые позиции России относительно конкурентов в области туристских формальностей, благоприятности условий для малого и среднего бизнеса, в вопросах обеспечения безопасности туристов; требуют внимания инфраструктура, система статистических наблюдений и продвижение. В заключении статьи осуществлена рефлексия предложенной методики оценки и результатов ее апробации.

Ключевые слова:

Балтийский регион, государство, методика, туризм, оценка туристской конкурентоспособности

Введение

Туризм в настоящее время стал глобальным общественным явлением с огромным потенциалом. Согласно данным Международного совета по путешествиям и туризму и Всемирной туристской организации (United Nations World Tourism

Для цитирования: Саранча М. А. Оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона // Балтийский регион. 2020. Т. 12, № 3. С. 147–165. doi: 10.5922/2079-8555-2020-3-9.

Organization, UNWTO, ЮНВТО), на начало 2019 года общий вклад туризма в мировой валовой внутренний продукт составил 10,4% (9,1 трлн дол. США), прямой — 3,3% (2,8 трлн дол. США). Трудовой деятельностью в туристской сфере занимаются 328 млн человек (1/10 от общего числа занятых мира). Вклад туризма в мировые инвестиции составил 4,4% (0,98 трлн дол. США), в экспорт — 6,6% (1,7 трлн дол. США), при этом уже семь лет подряд рост туристического экспорта (+4%) превышает рост экспорта товаров (+3%).

Оценка конкурентоспособности является ценным инструментом комплексного выявления состояния и структуры туристских сфер государств, определения их сильных и слабых мест. Она может использоваться для стратегического планирования развития туризма в странах профильными органами власти, бизнесом и другими заинтересованными лицами [1—5]. Кроме того, может служить платформой для многостороннего международного диалога в целях понимания и прогнозирования новых тенденций и рисков в области туризма, адаптации туристской политики, практики и инвестиционных решений стран, ускорения разработки новых моделей, обеспечивающих долгосрочность и устойчивость развития данного сектора [6—8].

Особо остро данный вопрос стоит в условиях обострившейся ситуации, связанной с пандемией COVID-19: распространения заболевания, закрытия границ между странами, введения карантинных режимов и т.д. Международный туризм и туристские сферы отдельных стран стоят перед серьезными вызовами, приводящими к переосмыслению явления, в том числе связанными с перестроением рынка по окончании пандемии и новым витком конкурентной борьбы между странами и их субъектами.

Предметом исследования выступили методика и результаты оценки конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона.

Цель исследования — оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона.

Обзор литературы

Вопросы концептуального построения моделей конкурентоспособности туризма свое активное развитие получили в конце 1990-х — начале 2000-х годов. Одну из первых признанных моделей предложили Д. Крауч и Б. Риччи в 1999 году [9], уточненную в 2003 году [10]. Подход авторов опирается на работы М. Портера [11]. На входе модели выделяются сравнительные (человеческие и физические ресурсы, наличие ноу-хау, капитал, инфраструктура туризма, а также исторические и культурные ценности) и конкурентные (аудит и инвентаризация, обслуживание, рост и развитие, эффективность и результативность) преимущества. Конкурентоспособность формируется под влиянием микро- и макросред через группы факторов и ресурсов (36 признаков, содержащие 250 факторов): ключевые ресурсы и аттракторы, в том числе поддерживающие; менеджмент дестинации; политика, планирование и развитие дестинации; квалифицирующие и усиливающие детерминанты. Комплексное развитие идеи авторов применительно к глобальному уровню осуществил Вей-Чианг Хун [12].

Широкое признание получила и Интегративная модель конкурентоспособности Л. Двайера и Ч. Кима [13]. Модель включает восемь основных структурных блоков: основные ресурсы (унаследованные и созданные); поддерживающие факторы и ресурсы (общая инфраструктура, качество услуг, доступность); факторы управления назначением; условия спроса (осведомленность, восприятие и предпочтения); ситуационные условия (экономические, социальные, культурные, демографические, экологические, политические и т. д.) и показатели эффективности рынка. Позже

в работе [14] при помощи методов «Дельфи» и «Аналитический иерархический процесс» была выявлена значимость каждого из индикаторов для оценки конкурентоспособности [14].

Особого внимания заслуживает модель Э. Хита [15], имеющая комплексный характер. Модель схематически представлена в виде «дома», состоящего из основных ключевых элементов:

- фундамента, который формирует сущностную базу конкурентоспособности (ключевые аттракции, безопасность и здоровье, инфраструктурные и управленческие возможности, капитализация добавочной стоимости, посредники, опыт);
- цемента, который связывает все элементы (каналы связи, партнерские отношения, стейкхолдеры и бенефициары, исследования и прогнозы, управление факторами конкурентоспособности, международный менеджмент);
- строительных блоков, позволяющих вывести туризм дестинации в статус «случился» (политика устойчивого развития, стратегический и холистический маркетинг);
- стратегии (скрипта) развития;
- крыши — ключевых драйверов успеха (видение и руководство, следование ценностям и принципам, политическая воля, предпринимательство, общественный фокус и развитие человеческих ресурсов) [16; 17].

На международном уровне оценке конкурентоспособности туристских сфер государств на постоянной основе уделяют внимание ЮНВТО, Международный совет по туризму и путешествиям, Всемирный экономический форум и Организация экономического сотрудничества и развития.

ЮНВТО занимается мониторингом отдельных статистических показателей по странам мира (в особенности туристских потоков, импорта и экспорта, занятости населения в сфере туризма, вклада туризма в макроэкономические показатели), ведением по ним баз данных и подготовкой статистических справочников и отчетов [18]. Непосредственную комплексную оценку конкурентоспособности туристских сфер стран ЮНВТО не осуществляет. Это же касается и Международного совета по туризму и путешествиям, который ведёт наблюдения за конкретными экономическими индикаторами туристских сфер стран мира: экспорт и импорт, вклад туризма в валовый внутренний продукт, занятость в туризме, инвестиции и др.

Наиболее известным и авторитетным в мире является «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма» (*The Travel & Tourism Competitiveness — TTCI*) Всемирного экономического форума [19], рассчитываемый один раз в два года с 2007 года. Последний «Индекс» за 2019 год включил в себя 140 стран и определялся по 4 субиндексам (благоприятность общих условий; политика по созданию благоприятных условий; инфраструктура; ресурсы культуры и природы), 14 основным компонентам и 90 отдельным показателям.

Оценка индекса базируется на открытых данных, однако существенным её недостатком является широкое использование экспертных оценок, в частности, внимательное знакомство с материалами показывает, что эти оценки нередко «грешат клишированностью» и противоречат фактическим ситуациям и имеющимся статистическим данным. Немало вопросов есть и к методическим решениям: структуре индекса, определению субъекта оценки, приведению показателей к единой системе измерения (нормирование через максимальное и минимальные значения без учета статистического распределения значений), отсутствию учета их разной важности, сведению показателей в интегральные (используется среднее арифметическое) [19—21]. Также слабо учитываются географические особенности стран, не учитываются производственно-потребительские цепочки, величина и структура туристских прибытий и отбытий и др.

Несколько иной подход к определению конкурентоспособности стран в 2013 году выработала Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) [22]. Оценка проводится по четырем категориям индикаторов: измеряющим эффективность и воздействие туризма; определяющим способность предоставления качественных и конкурентоспособных туристских услуг, в том числе среду ведения бизнеса; аттрактивности; государственному регулированию и управлению, экономическим возможностям. Кроме того, индикаторы делятся на три типа: основные, дополнительные и индикаторы будущего развития.

К основным индикаторам были отнесены прямой валовой внутренний продукт туризма, доходы от въездного туризма, число ночевков посетителей, экспорт туристских услуг, производительность труда в туристском сервисе, паритет покупательной способности, требования к въездной визе в страну, ресурсы природы и биоразнообразию, культурные и креативные ресурсы, удовлетворенность посетителей, национальный план действий в сфере туризма. Дополнительные индикаторы: диверсифицированность рынка и рост рынков; занятость в туризме по возрасту, уровню образования и типу контрактов; индекс потребительских цен в туризме; воздушная связь и интермодальность; «Индекс лучшей жизни». Индикаторы будущего развития: государственные бюджетные ассигнования на туризм; коэффициент банкротств компаний; использование инновационных услуг; структура производственно-потребительских цепочек туризма.

ОЭСР не ставила целью непосредственную оценку стран, а предложенную методику рекомендовала к использованию для членов и партнеров Организации в качестве инструмента выявления конкурентоспособности их туристских сфер.

Л. Квелбар с соавторами при помощи регрессионного анализа оценили значимость факторов конкурентоспособности туристских сфер стран мира на основе их структурирования на шесть групп: экономические факторы (макросреда, бизнес-среда, общая инфраструктура) и туристские факторы (ресурсы, инфраструктура туризма и управление). Исследование показало большую важность общих факторов экономической среды [23].

С. Бухер проводит оценку конкурентоспособности туристской сферы Российской Федерации, основанную на методике и материалах «Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма» (ТТСИ). Автор переработал показатели (часть добавив, а часть — удалив) и структурировал их на три группы: нормативно-правовая база; деловая среда; человеческие, культурные и природные ресурсы [24].

Р. Кройз и М. Кубичкова [25] разработали систему ранжирования туристических направлений, основанную на теории конкурентоспособности. Их индекс конкурентоспособности в сфере туризма определяется удовлетворенностью посетителей, производительностью в туристской сфере и качеством жизни населения [26].

Н.С. Морозова [27] предлагает оценивать три вида конкурентоспособности дестинаций: потенциальную, существующую и реально достижимую. Она предлагает использовать методику индексной оценки: оценивать конкурентоспособность туристской дестинации через взвешенное среднее арифметическое с нормированием показателей через максимальные и минимальные значения. При оценке конкурентоспособности учитываются три группы показателей: конкурентный успех или достигнутый уровень конкурентоспособности дестинации; потенциал конкурентных преимуществ; конкурентные слабости.

Л.М. Капустина и В.В. Вязовская в построении структуры индекса основываются на модели М. Портера [11], адаптированной авторами к туризму, выделяя следующие группы показателей: факторные условия; условия спроса; родственные и поддерживающие отрасли; стратегии фирм; случайные события; государственная политика. Оценка же предлагается проводить при помощи кластерного анализа, с учетом конкурентоспособности видов туризма и конкуренции в туристской индустрии внутри страны [28].

Вей-Вень У показывает, что в зависимости от выбранных методов интегральной оценки конкурентоспособности стран (даже при едином подходе к структурированию показателей) результаты могут сильно меняться и варьироваться. Поэтому необходимо одновременное применение ряда методик с последующим сопоставлением между собой и пониманием, что итоговые ранги имеют условный смысл. При этом сильная изменчивость места страны в рейтинге говорит о несбалансированности ее структуры конкурентоспособности и позволяет находить слабые места для последующего принятия корректирующих мер [29].

Методика

В рамках работ по обоснованию стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации (разрабатываемой подпрограммы «Туризм») и взаимодействия с ЮНВТО (предоставившей базы данных о странах мира и запросившей результаты расчетов) были проведены исследования по оценке конкурентоспособности туристских сфер государств мира, в том числе государств Балтийского региона: Эстонии, Латвии, Литвы, России, Польши, Германии, Дании, Норвегии, Швеции и Финляндии. Методика оценки была основана на ранее опубликованной работе автора [30] с некоторыми корректировками и использованием оптимизированного количества индикаторов.

Оценка проводилась по следующим этапам:

- изучение исследуемой территории, теории и методологии оценки;
- определение субъекта и объекта оценки;
- определение принципов оценки;
- определение критериев оценки и их параметров;
- сбор и систематизация информации;
- определение ценности критериев оценки и их параметров;
- приведение параметров критериев оценки к единой системе измерения;
- сведение параметров критериев оценки в обобщающие частные и интегральные показатели;
- проверка и корректировка результатов оценки [31].

В качестве объектов оценки выступили государства мира, субъектов — конкурентоспособность их туристских сфер. Границы и состав Балтийского региона для исследования определялись исходя из принципа целостности входящих в него государств, особенностей организации туристской деятельности с учетом результатов работы [32]. В качестве базовых принципов оценки выступили ключевые показатели и их репрезентативность, системность, информационная доступность и достоверность показателей, сравнимость полученных результатов и др.

Для оценки были использованы данные ЮНВТО, Всемирного экономического форума, Всемирного банка, Международного совета по туризму и путешествиям, Всемирной организации здравоохранения, «Доклада о человеческом развитии» Программы развития ООН, Управления ООН по наркотикам и преступности, Национального консорциума по изучению терроризма и противодействию терроризму, Группы Всемирного банка, «Индекс экологической эффективности» Йельского университета, Всемирной организации интеллектуальной собственности, Корнельского университета, журнала «The Economist», «Индекс развития информационно-коммуникационных технологий» Международного союза электросвязи, «Индекс паспортов» (сайта passportindex.org и Международной ассоциации воздушного транспорта), Всемирной торговой организации, Международной организации гражданской авиации, Международной ассоциации воздушного транспорта,

сайтов ethnologue.com, Booking.com, trivago.ru, организации «Bloom Consulting» и др. Особое внимание было уделено сбору статистических данных и минимизации использования экспертных оценок.

Оценка была проведена по четырём субиндексам (табл. 1).

Таблица 1

Структура «Индекса туристской конкурентоспособности» государств

Показатель	Индикатор
<i>Субиндекс «Доступность»</i>	
Географическое положение	Количество стран-соседей, коэффициент соотношения расстояния между сопоставляемыми странами и значениями внешней страны: численность населения, число международных отбытий туристов, объем туристских расходов резидентов
Ценовая доступность	Цены на коллективные средства размещения, цены на такси, цены на авиабилеты, сборы аэропортов, налоги, паритет покупательной способности цен, цены на топливо, индекс Биг Мака, тарифы мобильной сотовой связи, тарифы на широкополосный Интернет
Формальная доступность	Доля стран с упрощенными визовыми формальностями, открытость двусторонних соглашений о воздушном сообщении, количество действующих региональных торговых соглашений
Альтернативная доступность (наличие альтернативных стране туристских направлений — субституты)	Схожесть туристской специализации с соседними странами, коэффициент соотношения расстояния и числа международных прибытий туристов между сопоставляемыми странами
Языковая доступность	Распространенность языков (по числу носителей), используемых в стране за рубежом
<i>Субиндекс «Инфраструктура»</i>	
Транспортная инфраструктура	Качество авиационной инфраструктуры, количество вылетов воздушных судов, число аэропортов, число операторов авиалиний, пассажиропоток авиации, длина железных дорог, качество железнодорожной инфраструктуры, качество автодорог, качество автомобильного транспорта, длина улучшенных автомобильных дорог, число фирм по прокату автомобилей, качество портовой инфраструктуры
Средства размещения	Количество коллективных средств размещения, номеров и мест в них, количество международных гостиничных сетей, сетевых гостиниц, лидинговых гостиниц, число побед гостиниц в международных рейтингах, оценка посетителями гостиниц по сервисам «Booking.com», «Trivago»
Информационно-коммуникационные технологии	«Индекс развития информационно-коммуникационных технологий»
Турфирмы	Количество турфирм, объем доходов турфирм, число занятых в турфирмах
Банкоматы	Количество банкоматов
Госуправление	Приоритетность туризма, полнота предоставления данных в ЮНВТО, эффективность маркетинга и брендинга, доля туристской сферы в расходах государства

Окончание таблицы 1

Показатель	Индикатор
<i>Субиндекс «Условия»</i>	
Безопасность и правопорядок	Похищения, грабежи, нападения, сексуальные насилия, смертность в ДТП, количество террористических актов, число погибших в них лиц за последние 8 лет, конфликтные риски, восприятие преступности в обществе, число полицейских, коммерческие издержки преступности и насилия, надежность полицейских служб, бизнес-издержки, вызванные терроризмом
Бизнес-условия	Индекс «DOINBUSINES»
Здравоохранение	Число койко-мест, число квалифицированных специалистов, расходы на здравоохранение, 22 индикатора по заболеваниям (первичная заболеваемость ВИЧ, число заражений малярией, клещевым энцефалитом, отдельными инфекционными и бактериальными заболеваниями), смертность от наркомании, доступ населения к улучшенным санитарным условиям
Природно-экологические	Смертность от природных чрезвычайных ситуаций, смертность и заболевания, связанные с ультрафиолетовым излучением солнца, смертность от загрязнения окружающей среды, доступ к улучшенным источникам воды, обеспеченность пресной водой, видовое разнообразие и доля исчезающих видов животных, растений и амфибий, процент территории, покрытой лесом, процент территории, не занятой антропогенными ландшафтами, процент территории, покрытой сельскохозяйственными угодьями, экологическое состояние окружающей среды, доля территорий, занятых наземными и морскими особо охраняемыми природными территориями, число охраняемых видов животных, загрязненность воздуха, строгость экологических норм, обеспечение соблюдения экологических норм, ратификация международных природоохранных договоров
Человеческие ресурсы	Плотность населения, «Индекс развития человеческого потенциала с поправкой на неравенство», человеческие ресурсы и рынок труда
Уровень развития инноваций	«Глобальный инновационный индекс»
<i>Субиндекс «Аттрактивность»</i>	
Число объектов из Списка Всемирного наследия ЮНЕСКО	По категориям «Культура» и «Смешанный», по категориям «Природа» и «Смешанный»
Уровень внутреннего спроса	Объем туристских расходов внутри страны
Уровень внешнего спроса	Число международных прибытий туристов, число международных посещений экскурсантами, объем туристских расходов зарубежных туристов внутри страны
Победы объектов страны в ведущих мировых туристских рейтингах	Число побед объектов страны в ведущих мировых туристских рейтингах («World tourism awards», «TripAdvisor», «Travel + Leisure» и др.)
Туристские запросы в Интернете	Число запросов на 9 языках в 20 самых популярных поисковых системах по 273 тега

Для приведения индикаторов к единой системе измерения использовалось нормирование по формуле

$$C_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{X}_j}{Q_j} + 4,$$

где C_{ij} — нормированное значение j -го индикатора i -й страны; X_{ij} — преобразуемый j -й индикатор i -й страны; \bar{X}_j и Q_j — среднее арифметическое и стандартное отклонение по j -му индикатору оценки соответственно; $i = 1, \dots, n$; n — число стран; $j = 1, \dots, m$; m — число индикаторов оценки.

Интегральные индексы вычислялись при помощи взвешенного среднего геометрического. Весовые коэффициенты индикаторов и промежуточных интегральных индексов определялись по формуле

$$Q_i = \frac{r_{jl}}{\sum_{j=1}^m r_{jl}},$$

где Q_i — весовой коэффициент j -го индикатора оценки; r_{jl} — коэффициент корреляции j -го индикатора и l -го вектора. Для определения l -го вектора по каждому индикатору страны делились на классы при помощи кластерного анализа методом K -средних. Количество выделяемых классов определялось с помощью дисперсии (минимизация дисперсии внутри кластеров и ее максимизация между кластерами). После этого классы стран по индикаторам логически сопоставлялись между собой с ранжированием. Неранжируемые логически классы из определения l -го вектора исключались. Для каждого ранга классов вычислялось значение: среднее арифметическое по индикатору, которое затем присваивалось каждому объекту оценки (стране), вошедшему в соответствующий класс; в случае невозможности таких процедур значение определялось по методу Лутсмы [33].

Для удобства картографирования, восприятия и интерпретации результаты оценки были преобразованы в вербальную шкалу со степенями, равными в 1 стандартное отклонение вокруг центра статистического распределения значений, равного 4: «высокий» уровень ($C_{ij} > 5,5$), «выше среднего» ($4,5 > C_{ij} > 5,5$), «средний» ($3,5 > C_{ij} > 4,5$), «ниже среднего» ($2,5 > C_{ij} > 3,5$) и «низкий» ($C_{ij} < 2,5$) [30].

Результаты исследования

Представленные ниже результаты оценки, согласно описанной методике, отражают позиции стран Балтийского региона относительно конкурентоспособности туристских сфер других стран мира.

Большинство стран Балтийского региона находится в выгодном географическом положении относительно крупных центров спроса на туристские услуги и продукты (особенно ФРГ), а также имеет относительно высокие и высокие уровни значений внутреннего спроса. Все это подкрепляется высоким уровнем развития транспортной инфраструктуры и связности стран, а также относительно высокой формальной открытостью (в частности, благодаря Шенгенскому соглашению). Несмотря на большое количество государств Европы и высокий уровень конкуренции между ними на туристском рынке, их альтернативная доступность характеризуется относительно высоким уровнем (рис. 1).

В отличие от соседей Российская Федерация имеет серьезные барьеры для туристов, связанные с паспортно-визовыми формальностями и слабой открытостью к двухсторонним соглашениям о воздушном сообщении. Так, например, в «Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма» (ТТСИ) Россия по данному параметру находится в конце списка оцениваемых стран (123-е место из 140). Однако при интерпретации данного показателя необходимо учитывать и риски, связанные с необходимостью соблюдения баланса в обеспечении безопасности государства и ее граждан от внешних угроз (в том числе террористических), обусловленных напряженным характером отношений России с целым рядом зарубежных государств.

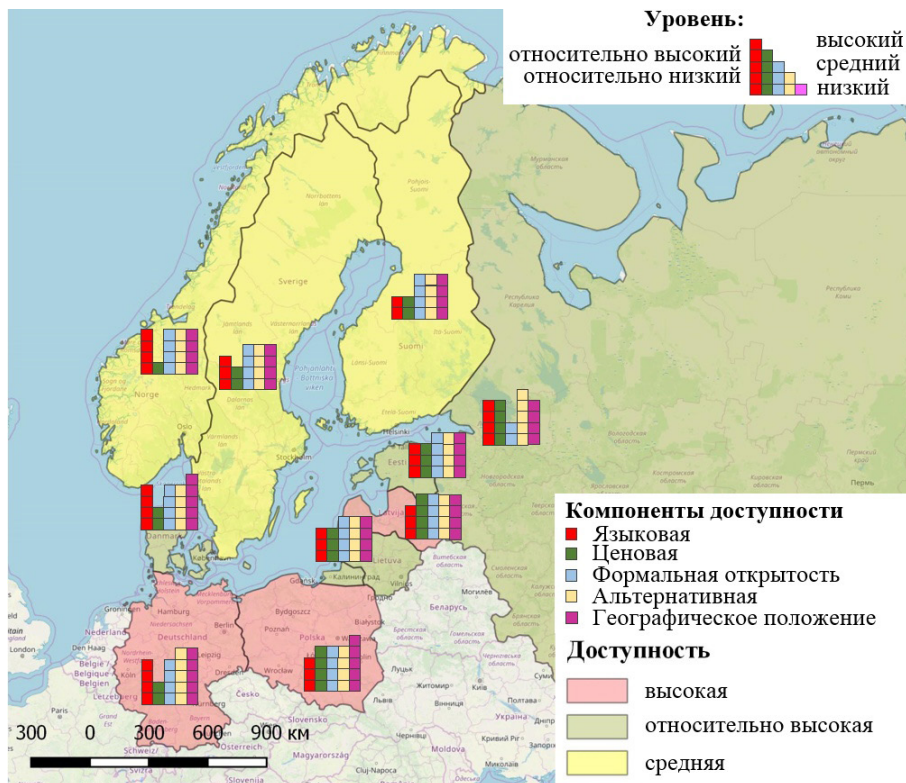


Рис. 1. Уровень туристской доступности государств Балтийского региона

Слабая сторона большинства государств Балтийского региона — их низкая ценовая доступность по сравнению с другими государствами мира (особенно Норвегии, Швеции, Германии, Дании и Финляндии). В то же время для Российской Федерации показатель ценовой доступности является одним из ключевых конкурентных преимуществ на международном туристском рынке, как и для Польши.

Относительно высокий уровень языковой доступности обеспечивается за счет близости языков германоязычных народов Балтийского региона, популярности в мире немецкого языка, а также достаточной распространенности русского. Во многих государствах (в особенности в Норвегии и Финляндии) местное население в большинстве хорошо владеет английским языком, особенно занятое в сервисном секторе экономики. Кроме того, хорошо развита туристская навигация.

В целом Норвегия, Швеция и Финляндия обладают средней по миру туристской доступностью (за счет слабых позиций по ценовой доступности, для Финляндии и Швеции — еще и по языковой). Высокие же значения характерны для ФРГ, Польши и Латвии. Остальные страны обладают относительно высокими значениями туристской доступности (рис. 1).

Уровень конкурентоспособности туристской инфраструктуры большинства государств Балтийского региона относительно высокий (рис. 2), за исключением Дании и Российской Федерации (средний уровень). Это коррелирует с результатами и других оценок конкурентоспособности туристских сфер стран мира.

По большинству оцениваемых компонентов наблюдаются относительно высокие значения, особенно благоприятная ситуация складывается по уровню конкурентоспособности информационно-коммуникационных технологий. Для Российской Федерации характерны высокие позиции по масштабам развитости сети банкоматов.



Рис. 2. Уровень конкурентоспособности туристской инфраструктуры государств Балтийского региона

Все страны региона активно взаимодействуют с ЮНВТО в области обмена информацией, отличаются успехами в области брендинга и продвижения (особенно Германия, Норвегия, Эстония и Швеция), за исключением Латвии и Литвы.

Отдельно стоит отметить Эстонию, которая характеризуется высокой долей туристской сферы в государственных расходах и отношением к туризму как к приоритетному направлению развития экономики страны. В остальных странах отмечаются относительно низкие уровни значений представленных показателей. Так, Россия в «Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма» (ТТСИ) по приоритетности туризма в экономике страны заняла 86-е место из 140 стран.

Уровни конкурентоспособности средств размещения туристов в Балтийском регионе — средний и выше среднего по миру (рис. 2). Интересными представляются потребительские оценки коллективных средств размещения в букинговых системах, поскольку они соотносят конкретные объекты размещения с конкретными потребителями и их удовлетворенностью. Среди государств Балтийского региона высокий уровень по потребительским оценкам получили коллективные средства размещения Польши, Литвы и Эстонии, относительно высокий — ФРГ, Финляндии, Российской Федерации и Латвии, средний — Норвегии, Швеции и Дании.

Важную роль в конкурентоспособности туристских сфер государств играют условия (см. соответствующий субиндекс в таблице 1) их функционирования и развития (рис. 3). В Балтийском регионе такие страны, как Германия, Дания, Норвегия, Швеция и Финляндия, отличаются высокой благоприятностью созданных соответствующих условий, по большинству компонентов и индикаторов оценки условий они занимают ведущие позиции в мире. Для остальных стран, в том числе и для России, характерны относительно высокие значения.

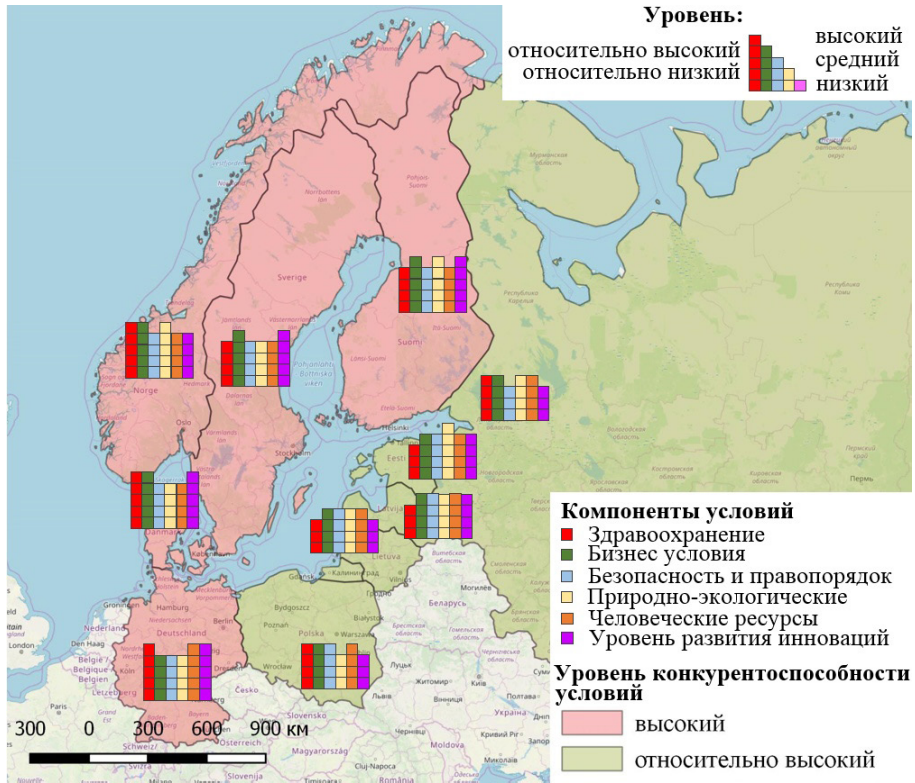


Рис. 3. Уровень конкурентоспособности условий туристских сфер государств Балтийского региона

В Российской Федерации слабыми оценочными компонентами конкурентоспособности условий сферы туризма выступают уровень развития и внедрения инноваций (согласно материалам «The Global Innovation Index 2019») и, особенно, безопасность и правопорядок. Данные профильных международных организаций (ВОЗ, Управление ООН по наркотикам и преступности, «Global Terrorism Database», Всемирный экономический форум и др.) показывают, что в России имеются риски конфликтов с зарубежными государствами, высокие риски совершения террористических актов, повышенный уровень смертности от дорожно-транспортных происшествий и совершения убийств, низкая надежность полицейских служб. Усложняется этот фактор субъективным восприятием со стороны иностранных лиц Российской Федерации как опасной для посещения страны, обусловленным воздействием зарубежных средств массовой информации.

Следует отметить, что именно по общим условиям функционирования и развития туристских сфер стран наблюдаются существенные отличия результатов оценки (особенно по Российской Федерации) по представленной методике и другим работам, которые в своем большинстве опираются на данные «Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма» Всемирного экономического форума. Главными источниками данных отличий выступают индикаторы, полученные экспертным путем, целенаправленно указывающие на плохие условия для ведения бизнеса в России (92-е место из 140 стран) и опасность посещения страны в контексте высокой преступности и плохой эффективности системы правоохранительных органов (98-е место), плохую экологическую ситуацию и слабую устойчивость природной среды (82-е место). С другой стороны, в «Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма» Всемирного экономического форума сильно завышаются значения Рос-

сийской Федерации по сфере здравоохранения (6-е место), которые, в частности, опровергаются теми же данными по заболеваемости Всемирной организации здравоохранения и внутренней статистике Министерства здравоохранения РФ.

Ключевым компонентом туристской конкурентоспособности государств является attractiveness их объектов (рис. 4). Высоким уровнем attractiveness в Балтийском регионе обладает только ФРГ, занимая ведущие места в мире и регионе по большому числу показателей. Относительно высокий уровень attractiveness характерен для туристских объектов Российской Федерации, Норвегии, Швеции и Польши. Приближаются к ним по значениям Финляндия и Дания, наиболее слабые позиции в регионе характерны для Эстонии, Латвии и Литвы. Однако отметим, что каждая из стран обладает своими преимуществами и специализацией, по которым занимает сильные позиции.



Рис. 4. Уровень конкурентоспособности attractiveness туристских объектов государств Балтийского региона

Примечание: 1 — число объектов из Списка Всемирного наследия ЮНЕСКО; 2 — популярность по туристским запросам в ведущих поисковых системах Интернета; 3 — уровень спроса на туристские услуги, товары и продукты; 4 — уровень спроса на туристские услуги, товары и продукты со стороны иностранных граждан; 5 — число побед объектов государства в ведущих мировых туристских рейтингах.

Интегральный уровень конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона показан на рисунках 5 и 6 (на рисунке 6 стоит учесть, что результаты двух подходов имеют разные единицы измерений, но сопоставимы между собой при сравнении ситуаций в отдельных странах, для наглядности показаны экстремальные значения показателей). Высокие значения имеет ФРГ, остальные страны — относительно высокие. В рейтинге «Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма» Всемирного экономического форума Россия занимает 39-е место, по результатам данного исследования — 31-е.

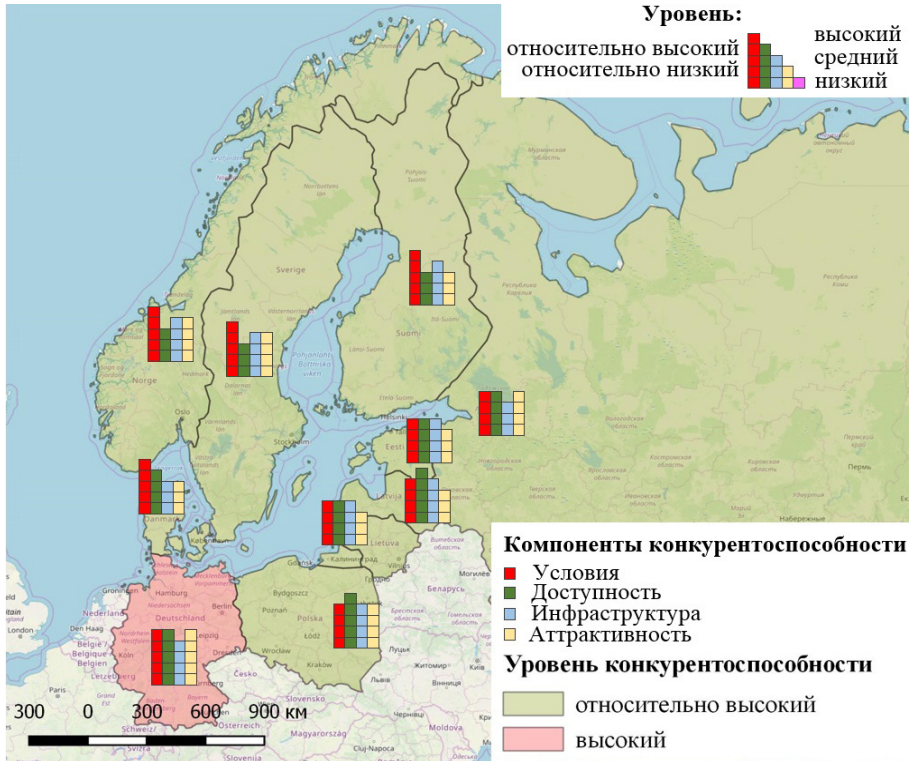


Рис. 5. Интегральный уровень конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона

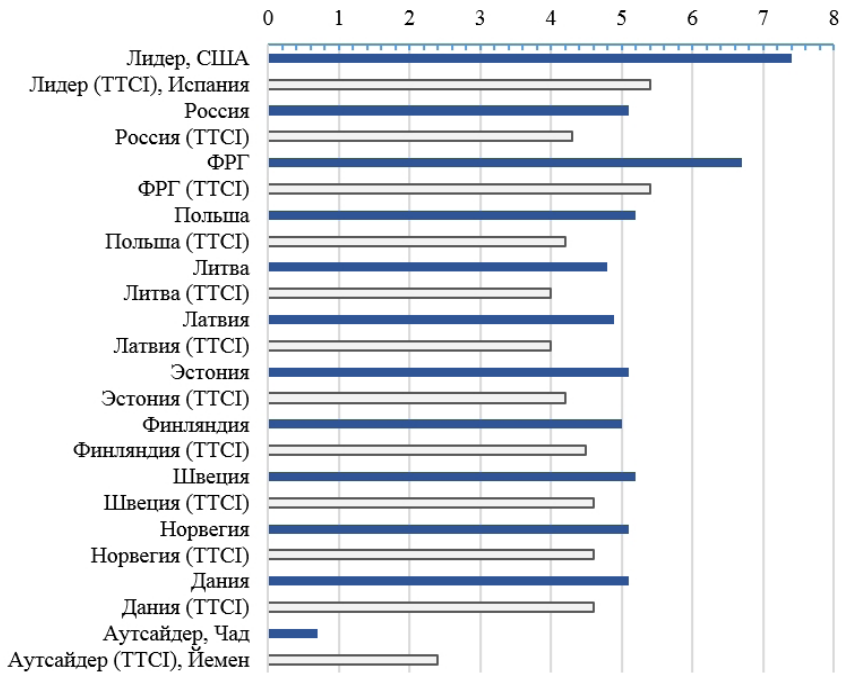


Рис. 6. Сопоставление уровней конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона по результатам оценки ТТСИ и авторской методики

Для многих государств региона (за исключением Польши, Латвии, Литвы и Эстонии) характерен отрицательный платежный туристский баланс, особо ярко он проявляется в Российской Федерации и Норвегии. В Российской Федерации при высокой туристской аттрактивности наблюдается серьезный перекося спроса в сторону выездного туризма, что формирует отрицательный платежный баланс страны на более чем 23 млрд дол. США в год. При этом в среднем один иностранный турист тратит в России около 760 дол. США, а выезжающие граждане Российской Федерации — 1 060 дол. США. Во внутреннем туризме за счет масштабов страна занимает 16-е место в мире по сумме туристских расходов, однако в пересчете на душу населения РФ уступает ФРГ в 13,5 раз, США — в 9,4 раз и Китаю — в 2,1 раза. Близкая к России ситуация во внутреннем туризме в пересчете на душу населения характерна и для Польши, Латвии, Литвы и Эстонии. В остальных странах региона значения данного показателя находятся на высоком уровне.

Заключение

Предложенная и апробированная методика дает вполне надежные результаты и согласуется с результатами других подобных работ. Представлен авторский вариант структурирования индекса, основанный на том, что конкурентоспособность и непосредственно сама организация туристской деятельности определяются четырьмя блоками: аттрактивностью, инфраструктурой и общеэкономическими условиями (попеременно выделяемыми и в большинстве других индексов, но редко в совокупности), а также доступностью (отсутствует в других работах). Последний блок особенно важен, поскольку территория может быть привлекательной, с прекрасной инфраструктурой и экономическими условиями, но если не учтен фактор доступности для посетителей — все остальное становится вторичным. Однако именно в совокупности эти четыре блока и формируют целостную картину.

Большинство работ по оценке конкурентоспособности стран мира опираются на данные «Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма» Всемирного экономического форума, в лучшем случае учитывают данные Всемирного банка, ЮН-ВТО и Международного совета по путешествиям и туризму. Опыт показал, что таких данных зачастую недостаточно, и это может приводить к сильным искажениям результатов оценки, в частности обусловленным экспертными мнениями. Преимуществом предложенной работы является привлечение широкого перечня источников данных и стремление уйти от экспертных оценок в сторону статистических и фактических данных. Однако такой подход сильно увеличивает трудоемкость исследования, формирует зависимость расчетов по методике от доступности и формы представления данных.

Непосредственно сам расчетный инструментарий в большинстве работ опирается на нормирование через максимальные и минимальные значения (что уже сильно искажает картину), а интегральный показатель определяется через среднее арифметическое без использования весовых коэффициентов значимости индикаторов оценки, что мало корректно с позиций теории принятия решений, статистики и квалиметрии. Более интересным вариантом являются применение кластерного анализа (но и там учет веса/значимости индикаторов оценки остается в стороне), регрессионного анализа (возникает проблема исходного вектора и несемантических корреляций) и т.д. В нашем исследовании было решено для нормирования индикаторов использовать статистический подход через стандартное отклонение, который для общей картины по миру и сравнительной оценки стран является одним из наиболее оптимальных. Интегральный же показатель рассчитывался через взвешенное среднее геометрическое, что позволяло снизить остроту проблемы усреднения данных и сокрытия плохих значений по одним показателям за счет хороших значений по другим, обеспечивая учет неравнозначности сводимых индикаторов. Проблема

определения значимости показателей решалась посредством построения ранжированного вектора кластеров через их логическое сопоставление с последующим определением корреляции между вектором и значениями индикаторов оценки.

Разработанная нами методика, как и подобные ей, «страдает» от необходимости усреднения исходных данных при их интеграции и «стирает» частные свойства оцениваемых объектов и отдельных явлений [31]. Однако именно такой подход и позволяет структурированно генерализировать широкий спектр данных для последующего практического использования результатов оценки.

Оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона показывает, что в целом наиболее благоприятная ситуация наблюдается в области созданных общеэкономических условий и в туристской инфраструктуре, с несколько лучшими значениями у стран западной части региона. Регион включает крупные центры туристского спроса мирового уровня и соседствует с таковыми, однако существует острая конкуренция в туристской отрасли и внутри Европейского региона. Страны Балтийского региона обладают относительно высокой туристской доступностью, однако характеризуются высокими ценами (за исключением России, Польши и Латвии). По уровню attractiveness явным лидером региона выступает ФРГ, следом идут Российская Федерация, Польша, Норвегия и Швеция. В целом же страны региона характеризуются относительно высокими позициями в мире по конкурентоспособности при ведущих позициях в регионе и мире ФРГ (2-е место по авторской оценке и 3-е место по «Индексу конкурентоспособности путешествий и туризма» (ТТСИ)).

Результаты оценки показывают, что в Российской Федерации необходимо уделить особое внимание упрощению туристских формальностей. Однако имеющиеся реалии и тенденции говорят о том, что данные формальности должны быть адресными и ориентированными не на количество, а на повышение качества туристского потока. Следует заняться созданием благоприятных условий для малого и среднего бизнеса в туристской сфере (в том числе снятием нерациональных барьеров), вопросами обеспечения безопасности туристов как на уровне предотвращения проблемных ситуаций, так и в рамках деятельности правоохранительных органов. Отдельное проведение работ требуется и в информационном поле, которое работает на формирование в западном мире образа России как врага и как опасное направление для путешествий. Требуется работа с рядом опасных заболеваний, по которым в стране имеются риски для туристов (ВИЧ, заболевания, передающиеся половым путем, клещевой энцефалит, туберкулез и др.).

Классически одной из ключевых проблем туристской сферы страны называют туристскую инфраструктуру, однако выполненная оценка определила ее уровень конкурентоспособности относительно стран мира как средний. Тем не менее сравнение России с непосредственными конкурентами на туристском рынке оказывается не в ее пользу. Особо это касается оценок по индикаторам коллективных средств размещения туристов и внимания, уделяемого туризму со стороны государства. Например, требуется совершенствование системы федеральных и региональных статистических наблюдений за туристской сферой, которые на данный момент не позволяют достаточно определенно судить о ее состоянии и развитии. Сильные позиции России по attractiveness не обеспечены достаточными и продуманными мерами по продвижению страны не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Ключевыми должны стать меры и действия по становлению и развитию детского туризма как инструмента воспитания и развития детей и молодежи.

Стратегическим преимуществом и одновременно недостатком страны выступают ее географические масштабы, требующие в туристской плоскости развитой транспортной инфраструктуры, качественной и доступной для массового потребителя. Несмотря на низкие цены по сравнению с зарубежными странами, для большинства россиян туризм не является доступным, и почти половина (по данным

Всероссийского центра изучения общественного мнения) не отдыхает за пределами своего региона. Доля транспортных расходов от совокупных расходов на путешествие в среднем составляет около 40%, что обычно на 10–25% выше, чем у стран-конкурентов («Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 г.»). Одной из ключевых проблем сферы туризма России является отрицательный платежный баланс страны более чем на 23 млрд дол. США в год. Все это и многое другое, выявленное в рамках исследования, требует принятия взвешенных решений и продуманной стратегической линии по развитию туристской сферы страны и, в частности, по повышению ее конкурентоспособности.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 24–38. doi: 10.12737/3405.
2. Рубцов В.А., Байбаков Э.И., Габдрахманов Н.К., Хоссейни С.С. Устойчивость и туризм: подходы, принципы, методы и индикаторы устойчивого развития // Экологический консалтинг. 2016. № 3 (63). С. 2–9.
3. Gössling S., Hall C.M., Weaver D. Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations. N.Y., 2009. doi: 10.4324/9780203884256.
4. Reframing Sustainable Tourism / S.F. McCool, K. Bosak (eds.). N.Y., 2016. doi: 10.1007/978-94-017-7209-9.
5. Weaver D.B. Sustainable tourism: theory and practice. Oxford, 2007. doi: 10.4324/9780080474526.
6. Зырянов А.И. География туризма: от теории к практике : монография. Пермь, 2018.
7. Butler R. The Tourism Area Life Cycle. Vol. 1: Applications and Modifications. Aspects of Tourism. Harvard, 2006.
8. Mill R.C., Morrison A.M. The Tourism System. N.Y., 2012.
9. Crouch G.I., Ritchie B.J.R. Tourism, competitiveness, and social prosperity // Journal of Business Research. 1999. Vol. 44. P. 137–152.
10. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The competitive destination, a sustainable tourism perspective. Cambridge, 2003.
11. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М., 2016.
12. Wei-Chiang Hong. Global competitiveness measurement for the tourism sector // Current Issues in Tourism. 2009. Vol. 12, № 2. P. 105–132, doi: 10.1080/13683500802596359.
13. Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: Determinants and Indicators // Current Issues in Tourism. 2003. Vol. 6, № 5. P. 369–413.
14. Oh M., Kim S., Lee A. Development of an Evaluation Scale for Inter-Country Tourism Industry Competitiveness using the Delphi Technique and Analytic Hierarchy Process // International Journal of Tourism Sciences. 2013. Vol. 13, № 2. P. 1–32. doi: 10.1080/15980634.2013.11434671.
15. Heath E. Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective // Journal of Hospitality and Tourism Management. 2002. Vol. 10, № 2. P. 124–141.
16. Артамонова М.В., Белова С.В., Ефремова Е.Г. Концептуализация вопросов конкурентоспособности туристской дестинации в зарубежных исследованиях // Вестник КемГУ. 2015. №2–7 (62). С. 147–152.
17. Goffi G. Determinants of Tourism Destination Competitiveness: a theoretical model and empirical evidence. Ancona, 2013.
18. Статистика туризма / под ред. А.Ю. Александровой. М., 2014.
19. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Cologny ; Geneva, 2019.
20. Саранча М.А. Методологические проблемы интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала территории // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Научки о земле. 2011. Вып. 1. С. 118–127.
21. Pearce D.G. Frameworks for Tourism Research. Wallingford, 2012. doi: 10.1079/9781845938987.0000.
22. Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document // OECD Tourism Papers. 2013/02. P., 2013. <http://dx.doi.org/10.1787/5k-47t9q2t923-en>.

23. Svelbar L., Dwyer L., Koman M., Mihalic T. Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation // *Journal of Travel Research*. 2015. Vol. 55, № 8. doi: 10.1177/0047287515617299.
24. Бухер С. Конкурентоспособность России на глобальном туристическом рынке // *Экономика региона*. 2016. №1. С. 240—250.
25. Croes R., Kubickova M. From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2013. Vol. 2. P. 146—154.
26. Khoshkhou M.K., Nadalipour Z., Pourjam A. Global Travel and Tourism Competitiveness: An Evaluation of Iran Tourism industry in the world, 2015. URL: <https://www.researchgate.net/publication/318788584> (дата обращения: 20.03.2020).
27. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме: монография. М., 2011.
28. Капустина Л.М., Вязовская В.В. Конкурентоспособность стран на мировом рынке туристских услуг : монография. Екатеринбург, 2017.
29. Wu Wei-Wen. Beyond Travel & Tourism competitiveness ranking using DEA, GST, ANN and Borda count // *Expert Systems with Application*. 2011. Vol. 38. P. 12974-12982. doi: 10.1016/j.eswa.2011.04.096.
30. Саранча М.А. Конкурентоспособность туристской сферы стран мира как основа устойчивого развития: методология и результаты оценки // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2017. Т. 11, № 1. С. 18—24.
31. Саранча М.А. Потенциал и организация развития туристско-рекреационной деятельности в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка на основе географических информационных систем : монография. Ижевск, 2011.
32. Клемешев А.П., Корнеев В.С., Пальмовский Т. и др. Подходы к определению понятия «Балтийский регион» // *Балтийский регион*. 2017. Т. 9, № 4. С. 7—28. doi: 10.5922/2074-9848-2017-4-1.
33. Lootsma F.A., Schuijt H. The Multiplicative AHP, SMART and ELECTRE in a Common Context // *Journal of multi-Criteria Decision Analysis*. 1997. Vol. 6. doi: 10.1002/(SICI)1099-1360(199707)6:4<185::AID-MCDA136>3.0.CO;2-E.

Об авторах

Михаил Александрович Саранча, доктор географических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Российский государственный университет туризма и сервиса, Россия.

E-mail: mialsar@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-4394-0556>

ASSESSING COMPETITIVENESS OF THE BALTIC STATES IN TOURISM

M. A. Sarancha

Russian State University of Tourism and Service
99 Glavnaya St, Cherkizovo, Pushkinsky district,
Moscow region, 141221, Russia.

Received 16.10.2020
doi: 10.5922/2079-8555-2020-3-9
© Sarancha, M. A., 2020

Tourism competitiveness is a basic requirement for a country's presence in the international tourism market. A comprehensive and systematic assessment of tourism competitiveness and comparisons with other states make it possible to identify its structure, strengths and weak-

nesses. Assessing competitiveness is a live issue in the Baltic region, where tourism is an important part of the economy and a factor in improving living standards. This study advances the hypothesis that the methodology developed by the author will aid in assessing the tourism competitiveness of the Baltic region states. The research aims to assess the competitiveness of the Baltic tourism industries. It reviews methodologies for assessing the competitiveness of tourism industries and presents an original nine-step methodology for comprehensive assessment thereof. The aggregate index comprises four sub-indices (conditions, infrastructure, accessibility, and attractiveness), 22 components, and over 100 indicators. The calculations use a wide range of data sources. The results are displayed in charts and graphs. The Baltic region states are seen to have a high (Germany) or relatively high level of competitiveness. All the countries perform well on tourism infrastructure development and conditions for doing business in tourism. The Baltic region states rank differently on the affordability of tourism. Germany is the regional leader in terms of attractiveness, followed by the Russian Federation, Poland, Norway, and Sweden. The analysis showed that Russia lagged behind its competitors in travel formalities, the climate for small and medium businesses, and travel safety; infrastructure, statistical monitoring, and promotion required attention as well. In the conclusion, the proposed methodology and the results of its testing are analysed.

Keywords:

Baltic region, state, methods, tourism, tourism competitiveness

References

1. Aleksandrova, A.Yu. 2014, The newest comprehension of tourism as a system, *Sovremennye problemy servisa i turizma* [Modern problems of service and tourism], no. 1, p. 24–38, doi: /10.12737/3405 (in Russ.).
2. Rubcov, V.A., Bajbakov, E.I., Gabdrahmanov, N.K., Hossejini, S.S. 2016, Sustainability and tourism: approaches, principles, methods and indicators of sustainable development, *Ekologicheskij konsalting* [Ecological consulting], no. 3(63), p.2–9 (in Russ.).
3. Gössling, S., Hall, C.M., Weaver, D. 2009, *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*, New York, Routledge, 320 p. doi: 10.4324/9780203884256.
4. McCool, S.F., Bosak, K., ed. 2016, *Reframing Sustainable Tourism*, New York. Springer, 257 p. doi: 10.1007/978-94-017-7209-9.
5. Weaver, D.B. 2007, *Sustainable tourism: theory and practice*, Oxford, Elsevier, Butterworth-Heinemann, 226 p. doi: 10.4324/9780080474526.
6. Zyryanov, A.I., 2018, *Geography of tourism: from theory to practice*, Perm State National Research University, 416 p. (in Russ.).
7. Butler, R. 2006. *The Tourism Area Life Cycle Volume 1: Applications and Modifications. Aspects of Tourism*, Harvard, 392 p.
8. Mill, R.C., Morrison, A.M. 2012, *The Tourism System*, New York, Kendall / Hunt Publication, 444 p.
9. Crouch, G.I., Ritchie, B.J.R. 1999, Tourism, competitiveness, and social prosperity, *Journal of Business Research*, no. 44, p.137–152.
10. Ritchie, J.R.B., Crouch, G. I. 2003, *The competitive destination, a sustainable tourism perspective*, Cambridge, Cabi Publishing.
11. Porter, M. 2016, *International competition. Country Competitive Advantages*, Moscow (in Russ.).
12. Wei-Chiang, H. 2009, Global competitiveness measurement for the tourism sector, *Current Issues in Tourism*, Vol. 12, no. 2, p.105–132. doi: 10.1080/13683500802596359.
13. Dwyer, L., Kim, C. 2003, Destination competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, Vol. 6, no. 5, p. 369–413.
14. Oh, M., Kim, S., Lee, A. 2013, Development of an Evaluation Scale for Inter-Country Tourism Industry Competitiveness using the Delphi Technique and Analytic Hierarchy Process, *International Journal of Tourism Sciences*, Vol. 13, no. 2, p. 1–32. doi: 10.1080/15980634.2013.11434671.
15. Heath, E. 2002, Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, no. 10 (2), p.124–141.
16. Artamonova, M.V., Belova, S.V., Efremova, E.G., 2015. Conceptualization of the competitiveness of tourism destinations in foreign studies., *Vestnik KemGU* [Bulletin of the Kemerovo State University], no. 2–7(62), p.147–152 (in Russ.).

17. Goffi, G. 2013, *Determinants of Tourism Destination Competitiveness: a theoretical model and empirical evidence*, Ancona, Universita Politecnica delle Marche, 208 p.
18. Aleksandrova, A. Yu. (ed.) 2014, *Tourism statistics*, Moscow, 464 p. (in Russ.).
19. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, 2019*. Cologne/Geneva, World Economic Forum, 112 p.
20. Sarancha, M.A. 2011, Methodological problems of integrated evaluation of the tourist and recreational potential of the territory, *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Biologiya. Nauki o zemle* [Bulletin of the Udmurt University. Biology Series. Earth sciences], no. 1, p. 118–127 (in Russ.).
21. Pearce, D.G. 2012, *Frameworks for Tourism Research*, Wallingford, CAB International, 210 p. doi: 10.1079/9781845938987.0000.
22. Dupeyras, A., MacCallum N. 2013, *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document. OECD Tourism Papers, 2013/02*,. OECD Publishing, Paris. doi: 10.1787/5k47t9q2t923-en.
23. Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., Mihalic, T. 2015, Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation, *Journal of Travel Research*, no. 55. doi: 10.1177/0047287515617299.
24. Buher, S. 2016, Russia's competitiveness in the global tourism market, *Ekonomika regiona* [Regional economy], no. 1, p. 240–250 (in Russ.).
25. Croes, R., Kubickova, M. 2013, From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, p. 146–154.
26. Khoshkhoo, M.K., Nadalipour, Z., Pourjam, A. 2015, *Global Travel and Tourism Competitiveness: An Evaluation of Iran Tourism industry in the world*, available at: <https://www.researchgate.net/publication/318788584> (accessed 15.02.2020).
27. Morozova, N.S. 2011, *The concept of the formation and development of competition in tourism*, Moscow, 264 p. (in Russ.).
28. Kapustina, L.M., Vyazovskaya, V.V. 2017, *The competitiveness of countries in the global tourism market*, Ekaterinburg, Ural University of Economics, 166 p. (in Russ.).
29. Wu, W.-W. 2011, Beyond Travel & Tourism competitiveness ranking using DEA, GST, ANN and Borda count, *Expert Systems with Application*, no. 38, p. 12974–12982. doi: 10.1016/j.eswa.2011.04.096.
30. Sarancha, M.A. 2017, Tourism competitiveness of countries as the basis for sustainable development: methodology and evaluation results, *Sovremennye problemy servisa i turizma* [Modern problems of service and tourism], Vol. 11, no. 1, p. 18–24. doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-1-00-00 (in Russ.).
31. Sarancha, M.A. 2011, *The potential and organization of the development of tourist and recreational activities in the Udmurt Republic: geographical analysis and evaluation based on geographical information systems*, Izhevsk, Udmurt University, 220 p. (in Russ.).
32. Klemeshev, A.P., Korneevets, V.S., Palmowski, T., Studzieniecki, T., Fedorov, G.M. 2017, Approaches to the Definition of the Baltic Sea Region, *Balt. Reg. V. 9*, no.4, p.4–20. doi: 10.5922/2079-8555-2017-4-1 (in Russ.).
33. Lootsma, F.A., Schuijt, H. 1997, The Multiplicative AHP, SMART and ELECTRE in a Common Context, *Journal of multi-Criteria Decision Analysis*, no.6. doi: 10.1002/(SICI)1099-1360(199707)6:4<185::AID-MCDA136>3.0.CO;2-E.

The author

Prof. Mikhail A. Sarancha, Leading Research Fellow, Russian State University of Tourism and Service, Russia.

E-mail: mialsar@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-4394-0556>