



## Макроэкономическая характеристика экономики туризма Тунисской Республики



М. А. Жулина



В. М. Кицис\*



С. В. Сарайкина

ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (г. Саранск, Россия),

\* [vkitsis@mail.ru](mailto:vkitsis@mail.ru)

**Введение.** Туризм оценивают как динамичную, находящуюся в постоянном развитии отрасль экономики. Экономика туризма развивается вместе с обществом, рекреацией и туризмом. Цель статьи – на примере Туниса показать особенности воздействия туризма на национальную экономику. Опыт Туниса весьма полезен для стран, где получил развитие пляжный отдых, но политическая обстановка длительное время остается сложной (Египет, Турция, Таиланд и др.).

**Материалы и методы.** Основой для написания статьи послужили статистические данные Всемирной туристической организации, мирового атласа данных и открытых интернет-источников. В исследовании использованы общенаучные (анализ, синтез, обобщение, сравнение и др.) и специальные методы (методы математической статистики, графический, сравнительный методы и пр.).

**Результаты исследования.** Впервые в рамках статьи дана достаточно полная характеристика макроэкономических показателей, характеризующих уровень развития международного туризма в Тунисе. В статье проанализирована динамика въездного и выездного туризма, рассмотрены факторы, влияющие на объемы международного туризма; исследованы международные туристские расходы и доходы, которые в значительной мере оказывают позитивное или негативное воздействие на платежный баланс страны. Показаны тенденции развития международного туризма Туниса и выявлены проблемы, стоящие перед отраслью.

**Обсуждение и заключение.** В процессе исследования было выявлено, что экономика туризма в значительной мере зависит от политических и экономических процессов, происходящих в стране. Современный уровень макроэкономических показателей экономики туризма Туниса отстает от показателей 2008–2009 гг.

© Жулина М. А., Кицис В. М., Сарайкина С. В., 2019



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Результаты проведенного исследования позволили оценить современное состояние международного туризма и сделать ряд предложений, направленных на повышение уровня развития международного туризма в стране. Результаты исследования могут содействовать разработке программы развития экономики туризма Туниса, одно из важнейших мест в которой должно быть отведено повышению показателей на макроуровне.

**Ключевые слова:** экономика туризма, макроэкономические показатели, валовый внутренний продукт, занятость, туристские прибытия и выбытия, туристские доходы и расходы

## Macroeconomic Characteristics of Tourism Economy in the Republic of Tunisia

M. A. Zhulina, V. M. Kitsis\*, S. V. Saraykina

National Research Mordovia State University (Saransk, Russia),

\* [vkitsis@mail.ru](mailto:vkitsis@mail.ru)

**Introduction.** Tourism is a dynamic, constantly developing sector of the economy. Tourism economy develops along with the society, recreation and tourism. The purpose of the article is to show the features of the impact of tourism on the national economy using the case of Tunisia. The experience of Tunisia is especially useful for the countries where beach recreation has developed and where the political situation has remained difficult for a long time (Egypt, Turkey, Thailand, etc.).

**Materials and Methods.** The article is based on the statistical data provided by the World Tourism Organization, the World Data Atlas and open Internet sources. The study employed general scientific methods (analysis, synthesis, synthesis, comparison, etc.) and special ones (the methods of mathematical statistics, the graphical method, the comparative method, etc.).

**Results.** For the first time, the article has provided a fairly complete description of the macroeconomic indicators characterizing the level of development of international tourism in Tunisia. The article has analyzed the dynamics of inbound and outbound tourism, discussed the factors affecting the volume of international tourism, considered international tourism expenditures and revenues, which to a large extent have a positive or negative impact on the country's balance of payments. The trends in the development of international tourism in Tunisia have been revealed and the problems facing the industry have been identified.

**Discussion and Conclusion.** The research has revealed that tourism economy largely depends on the political and economic processes taking place in the country. The current level of macroeconomic indicators of tourism economy in Tunisia lags behind the 2008–2009 figures. The results of the study made it possible to assess the current state of international tourism and make a number of suggestions aimed at increasing the level of development of international tourism in the country. The results of the study can contribute to the development of a program aimed to boost tourism economy in Tunisia, one of the key tasks of which should be that of increasing performance at the macro-level.

**Keywords:** tourism economy, macroeconomic indicators, gross domestic product, employment, tourist arrivals and departures, tourism revenues and expenditures



**Введение.** Для стран и регионов, социально-экономическое развитие которых сдерживается слабой минерально-сырьевой базой, но обладающих уникальными природными особенностями и богатым культурно-историческим наследием, катализатором этого развития может и должен стать туризм. Его нельзя рассматривать обособленным и изолированным сектором экономики. Туризм оказывает прямое и косвенное воздействие практически на все отрасли экономики, в результате чего формируется туристский комплекс, представляющий собой сложную систему взаимосвязанных и взаимозависимых отраслей хозяйства, обеспечивающих процесс воспроизводства туристских продуктов, услуг и товаров.

Современный этап развития человечества невозможно представить без активного развития туризма и его воздействия на различные стороны жизни любого государства. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2017 г. число международных туристских прибытий достигло 1 323 млн чел.<sup>1</sup>

Изменения в процессе развития туризма, связанные с возрастающими масштабами и качественными трансформациями, позволяют оценивать туризм как сложное социально-экономическое явление. Исходя из той роли, которую он играет в национальной экономике, туризм выступает средством решения многих проблем, сопровождающих развитие экономики стран, развивающих эту отрасль. Социально-экономическое значение туризма обусловлено тем, что он способствует:

- увеличению дохода на трех уровнях экономики: макро-, мезо- и микроэкономики;
- созданию новых рабочих мест;
- развитию отраслей, связанных с производством туристских продуктов;
- развитию социальной и производственной инфраструктуры в стране и особенно в туристских центрах;
- активизации деятельности центров народных промыслов и культуры;
- росту уровня жизни местного населения;
- увеличению валютных поступлений.

Исходя из той роли, которую играет туризм в социально-экономическом развитии стран и регионов, а также учитывая многоотраслевой характер туристского комплекса, изучение экономики туризма продолжает оставаться актуальным. Экономика туризма исследует экономические отношения воспроизводственного процесса туристских продуктов и услуг. На уровне страны туристская индустрия рассматривается как единое целое через систему показателей.

К числу важнейших макроэкономических показателей оценки экономики туризма относятся:



- величина международных туристских прибытий и выбытий;
- международные туристские расходы и доходы;
- объемы внутреннего потребления туристов;
- государственные расходы на туризм;
- вклад туризма в занятость;
- вклад туризма в создание валового внутреннего продукта.

В научной литературе практически отсутствуют исследования, посвященные анализу данных показателей на уровне страны. Экономика туризма – это не застывшие, а динамичные, находящиеся под постоянным влиянием многочисленных факторов отношения. Следовательно, существует потребность в ее изучении на уровне отдельных стран и регионов. Это позволит понять, почему одни туристские дестинации находятся в постоянном развитии, в других – туристская активность снижается, а в третьих – уровень развития туризма постоянно колеблется.

В качестве объекта исследования выбрана экономика туризма Тунисской Республики, которая вместе с Египтом длительное время была одним из мировых лидеров из числа африканских стран по международным туристским прибытиям. В XXI в. популярность Туниса на международном туристском рынке заметно упала. Целью статьи является изучение на примере Туниса особенностей влияния туризма на национальную экономику, выявление причин снижения роли страны в мировой туристской индустрии.

Изучение экономики туризма отдельных стран и регионов должно быть в поле зрения не только ученых и экономистов, но и практических работников и органов управления туристской индустрией. По нашему мнению, это будет способствовать устранению негативных факторов, влияющих на устойчивое развитие туристского комплекса.

**Обзор литературы.** Вопросы экономики туризма не раз становились объектом исследования российских ученых. На региональном уровне данную тему изучают Е. Н. Валединская [1], М. В. Виноградова [2], М. В. Калитвинцева [3], Н. В. Новичков [4] и другие авторы. Так, Е. Н. Валединская рассматривает роль и значение развития туризма для устойчивого экономического роста регионов, характеризует положительные и отрицательные аспекты его влияния на развитие регионов, а М. В. Калитвинцева предлагает две группы показателей (основных и уточняющих), отражающих уровень развития туризма в регионе.

Проблемам социально-экономической эффективности туризма посвящены работы В. В. Дядечко [5], Н. В. Рубцовой [6; 7], классификации стран – В. М. Кициса, И. Н. Явишевой<sup>2</sup>, маркетинговым программам – Д. А. Цапук [8].

<sup>1</sup> Барометр международного туризма ЮНВТО – январь 2018. Статистическое приложение [Электронный ресурс]. URL: [http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO\\_Barom18\\_01\\_January\\_Statistical\\_Annex\\_ru.pdf](http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Annex_ru.pdf) (дата обращения: 28.01.2019).

<sup>2</sup> Кицис В. М., Явишева И. Н. Классификация стран по значению международного туризма в национальной экономике // Туризм и региональное развитие: сб. науч. ст. Смоленск: Универсум, 2016. Вып. 9. С. 32–37.



Зарубежные авторы также уделяют должное внимание вопросам экономики туризма. Так, Р. Кроес, М. А. Ривера отмечают, что туризм оказывает большое мультипликативное воздействие на экономику и может принести выгоду бедным слоям населения [9]. А. Коррейя, М. Козак и С. Ким характеризуют социальную природу поведения туриста при совершении покупок, которая зависит не только от того, что он покупает, но и в значительной степени от того, где он покупает [10].

О. Банерджи с соавторами предлагают комплексную экономическую восходящую модель для анализа инвестиций в туризм. Данная модель позволяет получить информацию о путях передачи, с помощью которых инвестиции в туризм, связанные с культурным наследием, могут ускорить экономический рост, создать рабочие места и повысить доходы [11].

Многие публикации зарубежных авторов посвящены эластичности спроса по отношению к различным факторам (цене, расстоянию, доходам, национальности, обменным курсам валют и др.), а также мультипликативному воздействию туризма на экономику [12–17]. Воздействие туризма на экономику и экономический рост исследуют И. Костакис, Э. Теодоропулу [18], Дж. М. Л. Моралес, М. Дж. С. Девеса [19]. Отдельные факторы, влияющие на экономику туризма, анализируют К. Ажогбе, О. Адений, О. Фоларин [20], М. Алтин, Э. Мемили, С. Сонмез [21], Й. Кох, А. Дефранко, К.-Дж. Бэк [22], Р. Махадеван [23], Л. Ф. Мендига-Пеньяльвер с соавторами [24].

Достаточно активно учеными изучаются вопросы развития малого среднего предпринимательства в туризме [25], статистика туризма [26], туристские кластеры [27], негативное воздействие туризма на экономику [28; 29].

Таким образом, существует достаточное количество работ, направленных на изучение многообразных аспектов экономики туризма. Вместе с тем анализ отечественных и зарубежных источников показывает, что обобщающих материалов, посвященных исследованию макроэкономических показателей туризма Туниса, нет. Встречаются главным образом путеводители и статьи, в которых описываются туристские достопримечательности республики, экскурсионные маршруты, условия развития туризма и пр.

**Материалы и методы.** Материалами для исследования послужили результаты анализа макроэкономических показателей развития международного туризма Туниса; публикации отечественных и зарубежных авторов, посвященные экономике туризма и отдельным вопросам ее развития, а также развитию туризма в целом.

Информационную базу исследования составили материалы интернет-источников, на основе которых рассчитывались показатели, характеризующие уровень развития международного туризма в Тунисе. Также были проанализированы статистические и рейтинговые данные



из открытых источников, в том числе материалы, представленные в Барометре международного туризма ЮНВТО<sup>3</sup> и Мировом атласе данных<sup>4</sup> за период с 2005 по 2017 г. При использовании статистических данных отбирались основные макроэкономические показатели развития туризма в Тунисе, проводилось их сравнение с другими странами африканского макрорегиона.

Анализ статистических данных сопровождался изучением общественно-политических и социально-экономических процессов, происходивших в Тунисе за указанный период времени. Источниками сведений о политических и социально-экономических процессах в стране стали материалы периодической печати и интернет-источники. На этой основе осуществлялись выводы об уровне развития международного туризма в стране и факторах, повлиявших на эволюцию туризма.

В работе применялись статистические методы исследования, направленные на расчет макроэкономических показателей экономики туризма страны в динамике. Для выявления тенденций развития туризма в Тунисе был задействован метод анализа, позволивший сделать выводы об эволюции туризма за период с 2005 по 2017 г. В целях наглядного представления отмеченных тенденций применялся графический метод. Использование заявленных методов позволило рассмотреть и показать тенденции и особенности макроэкономического развития туризма в Тунисе, выявить существующие проблемы в отрасли.

**Результаты исследования.** Тунисская Республика (Тунис) – это моноконфессиональное исламское государство (98 % населения исповедуют ислам), расположенное на севере африканского континента. Это аграрная страна с развивающейся промышленностью.

По степени влияния международного туризма на национальную экономику Тунис относится к третьему классу. В него входят страны с высокой ролью международного туризма в экономике, когда доля доходов от международного туризма по отношению к валовому внутреннему продукту составляет в среднем более 3 %, удельный вес поступлений от туризма в суммарном экспорте – 8–10 %, а доля занятого населения в туризме превышает 10 % (в ряде случаев – более 20 %)<sup>5</sup>.

Туризм играет важную роль в экономике Туниса, является одной из ведущих ее отраслей.

Анализ макроэкономических показателей экономики туризма обычно начинается с количества прибывающих и выезжающих туристов, по-

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. URL: <http://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 28.01.2019).

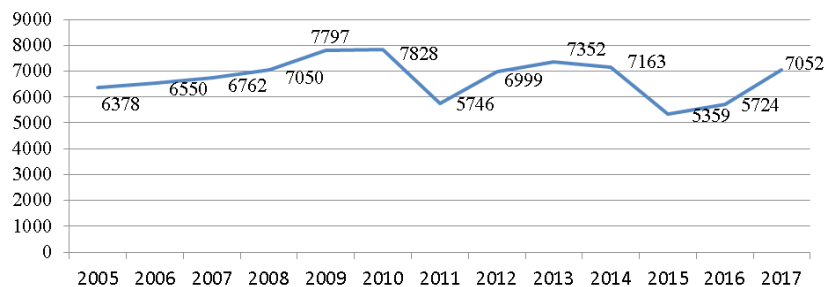
<sup>5</sup> Кицис В. М., Явишева И. Н. Классификация стран по значению международного туризма в национальной экономике. С. 35–36.

скольку от этого показателя, в конечном итоге, зависят все остальные. Статистические данные о въезжающих и выезжающих туристах относятся к числу поездок, а не к количеству путешествующих людей: человек, совершивший несколько поездок в течение определенного периода, подсчитывается каждый раз как вновь прибывший или выехавший.

Динамика международного въездного туризма Туниса представлена на рисунке 1<sup>6</sup>. Согласно показателям, во въездном туризме Туниса можно выделить два периода:

– первый период (с 2005 по 2010 г.) характеризуется устойчивой тенденцией к росту прибывающих в страну туристов. За эти годы число въехавших выросло на 22,7 %, но уже в 2010 г. произошло замедление темпов прироста. Так, в 2010 г. по сравнению с 2009 г. число прибывших туристов выросло всего на 0,4 %. Это явилось следствием волнений 2010 г., приведших к Финиковой революции 2011 г.;

– второй период (с 2011 по 2017 г.) отличается нестабильностью в развитии въездного туризма. Падение числа прибывших туристов в 2011 г. (из-за революционных событий и нестабильности экономической и политической ситуации) сменяется ростом числа въезжающих туристов в 2012–2013 гг., незначительным падением в 2014 г. (на 2,6 % по сравнению с 2013 г.), затем резким падением в 2015 г., вызванным серией террористических актов (падение составило 25,2 % к уровню 2014 г.) и снова увеличением числа прибывших туристов в 2017 г. (рост за два года составил 31,6 %).



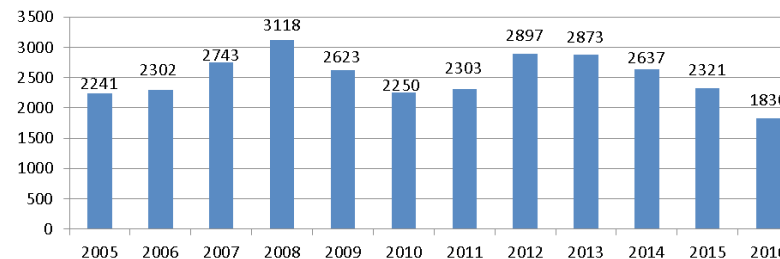
Р и с. 1. Динамика прибывших в Тунис туристов, тыс. чел. (2005–2017 гг.)

F i g. 1. Dynamics of tourists arriving in Tunisia, thousand people (2005–2017)

<sup>6</sup> Здесь и далее в статье все рисунки и таблицы составлены по: Барометр международного туризма ЮНВТО – январь 2018. Статистическое приложение [Электронный ресурс]. URL: [http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO\\_Barom18\\_01\\_January\\_Statistical\\_Appex\\_ru.pdf](http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Appex_ru.pdf); Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. URL: <http://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 28.01.2019).

По размерам международных туристских прибытий Тунис в 2016 г. занимал 49 место в мире. По данному показателю республика уступала только двум африканским странам: Марокко (35 место) и ЮАР (37)<sup>7</sup>.

Таким образом, на объемы въездного международного туризма Туниса сильное влияние оказали политические и экономические факторы, которые в совокупности с социальными причинами стали мощным средством воздействия на динамику въездного международного туризма в Тунисе (рис. 2).



Р и с. 2. Динамика выехавших туристов из Туниса, тыс. чел. (2005–2016 гг.)

F i g. 2. Dynamics of tourists leaving Tunisia, thousand people (2005–2016)

Из данных рисунка 2 следует вывод, что выездной туризм республики не может похвастаться стабильностью в развитии. Выездной туризм носит волнообразный характер: рост сменяется падением, переходящим в рост показателей, которые впоследствии снова находятся под влиянием тенденции к снижению. В 2016 г. был зафиксирован минимальный выезд граждан Туниса за рубеж, который составил 1 830 тыс. чел. Максимальное количество выехавших в другие страны тунисцев было зафиксировано в 2008 г. и составило 3 118 тыс. чел., т. е. на 70,4 % больше, чем в 2016 г.

Снижение выездного туристского потока обусловлено не только вышеуказанными экономическими и политическими причинами, но и значительным ухудшением социальной ситуации: усилилось социальное неравенство, процветает повсеместная коррупция, высокий уровень молодежной безработицы (более 30 %).

В мировом рейтинге стран по размерам выездного туризма Тунис в 2016 г. находился на 55 месте, уступая среди африканских стран своему соседу Алжиру, из которого за границу выехали в 2,34 раза больше туристов<sup>8</sup>.

К числу важнейших показателей экономики туризма относятся международные доходы и расходы туристов, динамика которых в Тунисе

<sup>7</sup> Барометр международного туризма ЮНВТО – январь 2018.

<sup>8</sup> Мировой атлас данных.

приведена в таблице 1. Данные показатели характеризуют Тунис как страну, в которой в силу отмеченных выше политических, экономических и социальных причин в последние годы снижаются доходы от международного туризма. Если в 2008 г. они были максимальными и составили 3 909 млн долл., то в 2016 г. их объем упал до 1 706 млн долл., т. е. сократился за указанный период почти в 2,3 раза. Анализ цепных темпов роста свидетельствует, что максимальное падение туристских доходов произошло именно в 2015 г., когда из-за терактов уровень доходов относительно 2014 г. составил всего 61,4 %.

Т а б л и ц а 1. Динамика международных доходов от туризма Туниса  
T a b l e 1. Dynamics of Tunisia's revenues from international tourism

Год / Year	Доходы от международного туризма, млн долл. / International tourism revenues, million dollars	Абсолютные изменения (цепные), млн долл. / Absolute (chain) changes, million dollars	Цепные темпы роста, % / Chain rates of growth, percent
2005	2800	–	100
2006	2999	199	107,1
2007	3373	374	112,5
2008	3909	536	115,9
2009	3524	-385	90,2
2010	3477	-47	98,7
2011	2529	-948	72,3
2012	2931	402	116,0
2013	2863	-68	97,7
2014	3042	179	106,3
2015	1869	-1173	61,4
2016	1706	-163	91,3

По уровню поступлений от международного туризма страна в 2016 г. расположилась на 83 месте в мировом рейтинге, несмотря на достаточно высокий туристский потенциал. Тунис опережали такие африканские страны, как ЮАР (36 место; в 4,84 раза), Марокко (38 место; в 4,35 раза), Египет и др.<sup>9</sup>

Поступления от международного туризма оценивают также в процентах от суммарного экспорта. Удельный вес доходов от международного

<sup>9</sup> Там же.

туризма в Тунисе в 2016 г. составил 10,1 % и в последние годы находится под влиянием понижающей тенденции. По показателю удельного веса поступлений от международного туризма в суммарном экспорте Тунис в 2016 г. расположился на 71 месте в мире, пропустив вперед 10 африканских стран, в том числе Гамбию (16 место; 50,5 %), Эфиопию (24; 36,2 %), Руанду (28; 29,5 %) и Мадагаскар (30 место; 27,3 %) <sup>10</sup>.

Динамика расходов туристов из Туниса за рубежом свидетельствует, что в последние годы (2013–2016 гг.) тунисские туристы стали вывозить с собой за границу больше средств, чем это было раньше. В 2016 г. за границу было вывезено 823 млн долл., тогда как в 2005 г. – всего 452 млн долл., т. е. в 1,82 раза больше. Если число туристов, выезжающих в эти годы за границу, снижалось, то сумма средств, вывозимых в другие страны, увеличивалась. Это свидетельствует о том, что на одного туриста приходилось больше вывозимых средств, чем было ранее.

По уровню международных расходов на туризм Тунис в мировом рейтинге в 2016 г. находился на 88 месте. Его опережали такие африканские страны, как ЮАР (37 место в мире), Нигерия (47), Алжир (48) и Гана (66 место в мире) <sup>11</sup>.

Международные расходы на туризм в Тунисе в 2016 г. составили 3,85 % от суммарного объема импорта, при этом данная величина в последние годы постоянно возрастает. В рейтинге этого показателя Тунис в 2016 г. занимал 115 место в мире, пропустив вперед Гамбию (5 место), Руанду (31), Нигерию (34), Лесото (37), Танзанию (40), Мадагаскар (42) и еще 8 стран африканского континента <sup>12</sup>.

В то же время объемы международных расходов на туризм не дают четкой картины влияния туризма на национальную экономику. Поэтому для анализа экономики туризма следует использовать удельный вес расходов международных туристов. Для экономики туризма Туниса характерно снижение их удельного веса с 3,9 % в 2008 г. до 1,8 % в 2016 г. Отсюда, несмотря на увеличение вывоза средств за рубеж, их удельный вес постоянно снижается, что можно рассматривать как положительную тенденцию в развитии экономики туризма страны: чем больше средств остается в стране, тем больше их может быть вложено в туристскую индустрию.

Страны, развивающие международный туризм, стремятся получить от него больше доходов, так как это в существенной мере влияет на платежный баланс страны: если доходы от международного туризма превышают расходы международных туристов, то по статье «Путешествия» будет положительное сальдо платежного баланса.

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> Там же.

<sup>12</sup> Там же.

Объем внутреннего туристского потребления включает расходы резидентов и нерезидентов внутри страны. Для оценки вклада туризма в экономику страны используются абсолютные и относительные показатели объема туристского потребления.

Динамика внутреннего потребления туристов приведена на рисунке 3 и констатирует тенденцию снижения данного показателя в период с 2006 по 2017 г. По сравнению с 2006 г. потребление резидентов и нерезидентов внутри страны уменьшилось на 1 млрд долл. Однако по отношению к максимальному уровню, который был в 2008 г. и составлял 6,6 млрд долл., внутреннее потребление в 2017 г. сократилось на 69,2 %.

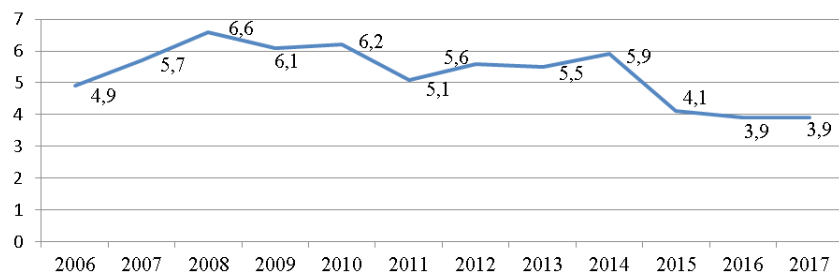


Рис. 3. Динамика внутреннего потребления туристов, млрд долл. (2006–2017 гг.)

Fig. 3. Dynamics of domestic consumption of tourists, billion dollars (2006–2017)

Весьма важно для анализа экономики туризма выявить соотношение расходов внутри страны между резидентами и нерезидентами. Расходы резидентов показаны в таблице 2. В абсолютных единицах в 2017 г. они практически не изменились по сравнению с 2006 г.: было 1,9 млрд долл., стало – 2,1 млрд долл.

Вследствие снижения популярности Туниса на международном туристском рынке из-за нестабильности экономической и политической ситуации, доля расходов резидентов во внутреннем потреблении постоянно растет: она поднялась с 38,8 % в 2006 г. до 54,8 % в 2017 г. Если до революционных событий 2010–2011 гг. почти 3/5 внутреннего потребления приходилось на нерезидентов, т. е. иностранных лиц, приехавших в страну, то с 2011 г. более половины расходов приходится на резидентов страны.

Государственные расходы на туризм показывают в определенной мере отношение государства к туризму. За счет государственных средств в стране реализуется программа по развитию туризма, предусматривающая дальнейшее совершенствование туристской инфраструктуры: коллективных средств размещения, предприятий питания и развлечения, транспортных путей и средств передвижения и т. д.

Таблица 2. Расходы резидентов внутри Туниса

Table 2. Expenses of residents within Tunisia

Year	Внутреннее потребление туристов, млрд долл. / Domestic consumption of tourists, billion dollars	Расходы резидентов внутри страны, млрд долл. / Expenses of residents within the country, billion dollars	Удельный вес резидентов во внутреннем потреблении, % / Proportion of residents in domestic consumption, percent
2006	4,9	1,9	38,8
2007	5,7	2,3	40,4
2008	6,6	2,7	40,9
2009	6,1	2,6	42,6
2010	6,2	2,7	43,5
2011	5,1	2,6	51,0
2012	5,6	2,7	48,2
2013	5,5	2,7	49,1
2014	5,9	2,8	47,5
2015	4,1	2,2	53,7
2016	3,9	2,2	56,4
2017	3,9	2,1	54,8

Для Туниса уровень государственных расходов на туризм с 2006 по 2017 г. остается неизменным: 100 млн долл. ежегодно. Практически не меняется и удельный вес государственных расходов на туризм в общем объеме расходов государства на экономику: удельный вес колеблется от 7,2 % в 2006 г. до 7,5 % в 2017 г.<sup>13</sup>

К числу основных показателей, характеризующих экономику туризма, относится вклад туризма в занятость населения. Выделяют прямой вклад туризма в занятость (общее количество работников, занятых в сфере туризма и предоставляющих услуги туристам) и косвенный (количество рабочих мест, косвенно вовлеченных в туристскую деятельность). Сумма прямого и косвенного вклада показывает общий вклад туризма в занятость.

Для Туниса характерно постоянное изменение прямого вклада туризма в занятость, о чем свидетельствуют данные таблицы 3. Согласно показателям, четко прослеживаются два значительных спада в количестве занятых в туризме: один был в 2011 г. и связан с событиями Финиковой революции (занятость по сравнению с 2008 г. сократилась на 70,5 тыс. чел., или на 23,7 %), второй – в 2015 г. и вызван серией террористических актов (занятость в туризме упала на 58,9 тыс. чел. по сравнению

<sup>13</sup> Там же.



с 2014 г., или на 22 %). Таким образом, в периоды восстановления отрасли происходит увеличение прямой занятости в туризме, но они чередуются с периодами спада в сфере занятости.

Важно также оценить удельный вес прямого вклада туризма в общий вклад в занятость. Из таблицы 3 видно, что удельный вес прямого вклада туризма в общий вклад в занятость в Тунисе практически не меняется на протяжении рассматриваемых 12 лет. Данные свидетельствуют, что 1 работник в туризме создает примерно 1 рабочее место в отраслях, косвенно связанных с туризмом. Это говорит о достаточно низком мультипликативном эффекте туризма в данной стране.

Т а б л и ц а 3. Вклад туризма в занятость Туниса  
T a b l e 3. Contribution of tourism to employment in Tunisia

Год / Year	Общий вклад туриз- ма в занятость, тыс. чел. / Total contribution of tourism to employment, thousand people	Прямой вклад туризма в занятость, тыс. чел. / Direct contribution of tourism to employment, thousand people	Удельный вес пря- мого вклада в общий вклад в занятость, % / Proportion of direct contribution in total contribution to employment, percent
2006	595,7	280,2	47,0
2007	605,5	290,9	48,0
2008	611,7	297,5	48,6
2009	598,5	290,1	48,5
2010	597,7	294,2	49,2
2011	473,3	227,0	48,0
2012	518,6	255,5	49,3
2013	505,6	250,1	49,5
2014	534,8	268,3	50,2
2015	437,8	209,4	47,8
2016	440,2	210,2	47,8
2017	464,1	225,1	48,5

Главным показателем, характеризующим экономику какой-либо страны в целом, является валовой внутренний продукт (ВВП). С помощью него получают ответы на вопросы экономико-статистической сферы. Так, доказано, что увеличение реальных заработков приводит к увеличению платежеспособного спроса, что способствует расширению круга доступных возможностей и благ, в том числе для удовлетворения туристско-рекреационных потребностей людей.



Прямой и косвенный вклад в совокупности образуют общий вклад туризма в формирование ВВП.

Прямой вклад туризма отражается в доходной части бюджета того или иного уровня через налоги, в формировании валового продукта, в увеличении количества рабочих мест в данной сфере деятельности.

Косвенные доходы от туризма – это денежные средства, которые были затрачены турфирмами, туристами и предприятиями туристской индустрии на приобретение оборудования, потребительских товаров и услуг у предприятий, не относящихся к туристской индустрии. Чем больше времени турист будет находиться на месте пребывания, тем больше сумма его расходов, следовательно, выше косвенное (мультипликативное) воздействие туризма. Косвенный вклад туризма шире и превышает по эффективности прямой. Так, в 2017 г. прямое воздействие туризма на мировой ВВП составило 3,2 %, а общий вклад – 10,4 %, т. е. на косвенное воздействие пришлось 7,2 %<sup>14</sup>. Причиной этого является стимулирование отраслей, косвенно связанных с туризмом.

Максимальный размер общего вклада туризма в ВВП Республики Тунис приходился на 2008 г. и составил 9,5 млрд долл. (табл. 4). Однако снижение популярности Туниса на мировом туристском рынке из-за революционных событий и периодических террористических актов привело к тому, что объем общего вклада туризма в ВВП страны в 2017 г. по сравнению с 2008 г. сократился на 3,8 млрд долл., или на 40 %. Самые значительные темпы падения общего вклада туризма были в 2015 г., когда он упал на 26,8 % по отношению к уровню 2014 г.

Все это не могло не сказаться на удельном весе туристской индустрии в формировании ВВП Туниса. Если в 2006 г. туризм вносил более 1/5 (21,5 %) доходов в ВВП страны, то в 2017 г. – всего лишь 1/7 (или 14,2 %).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что туристская отрасль Туниса до сих пор не восстановила свои прежние позиции, что негативно сказывается не только на самой отрасли, но и на экономике всей страны.

При анализе общего вклада туризма в формирование ВВП страны важно оценить соотношение между прямым и косвенным воздействием туризма. В течение всего рассматриваемого временного периода удельный вес прямого вклада туризма в ВВП Туниса лишь немногим уступал косвенному, а в 2014 г. даже был выше. В 2017 г. соотношение прямого и косвенного вкладов туризма в ВВП Туниса было 1:1,07, в то время как в мире это соотношение составляло 1:2,25. Показатели свидетельствуют о том, что тенденции развития туризма в стране не совпадают с тенденциями развития туризма в мире.

<sup>14</sup> Там же.

Таблица 4. Общий вклад туризма в формирование ВВП Туниса

Table 4. Total contribution of tourism to Tunisia's GDP

Год / Year	Общий вклад туризма в ВВП, млрд долл. / Total contribution of tourism to GDP, billion dollars	Цепные изменения общего вклада / Chain changes in the total contribution		Удельный вес общего вклада туризма в ВВП, % / Proportion of contribution of tourism in GDP, percent
		абсолютное, млрд долл. / absolute, billion dollars	относитель- ное, % / relative, percent	
2006	7,4	–	100,0	21,5
2007	8,3	0,9	112,2	21,4
2008	9,5	1,2	114,5	21,3
2009	8,9	-0,6	93,7	20,4
2010	8,8	-0,1	98,9	20,0
2011	7,4	-1,4	84,1	16,1
2012	7,9	0,5	106,8	17,4
2013	7,7	-0,2	97,5	16,7
2014	8,2	0,5	106,5	17,2
2015	6,0	-2,2	73,2	13,8
2016	5,7	-0,3	95,0	13,7
2017	5,7	0,0	100,0	14,2

Негативно на развитие туризма влияют террористические акты. Например, после теракта в апреле 2002 г. количество немецких туристов, посетивших о. Джербу, сократилось с 300 тыс. до 120 тыс. чел. в год. В 2015 г. была совершена серия из 3 террористических актов, после которых туристская индустрия Туниса полностью так и не смогла восстановиться до сих пор. Эта постоянная угроза терроризма отпугивает зарубежных инвесторов, которые снижают объемы капиталовложений в туристскую отрасль страны.

В 2017 г. наблюдалась положительная динамика в развитии туризма. Министерство туризма Туниса подсчитало количество иностранных туристов, которые посетили страну в этом году, и констатировало увеличение туристского потока на 23,2 % (7 052 тыс. чел.)<sup>15</sup>. В этом же году число европейских туристов в Тунисе выросло до 1,66 млн чел. (за год рост

<sup>15</sup> Барометр международного туризма ЮНВТО – январь 2018.

произошел на 19,5 %). Возвращаются в эту туристскую дестинацию в основном французские и немецкие туристы: число французских гостей увеличилось за год на 45,5 %, немецких – на 40,8 %.

Положительная статистика свидетельствует о том, что жизненно важная отрасль экономики Туниса постепенно восстанавливается от последствий революционных волнений и террористических актов и находится в стадии роста.

**Обсуждение и заключение.** Экономика туризма изучает и анализирует процесс воспроизводства туристских продуктов, услуг и товаров. Высокий мультипликативный эффект, оказываемый туризмом на различные стороны общественной жизни, роль, которую он играет в национальной и мировой экономике обуславливают важность и настоятельность изучения проблем экономики туризма. Однако к настоящему времени в научной литературе еще не выработан единый подход к оценке вклада туризма на различных уровнях экономики. Для данной оценки в основном используют ряд макроэкономических показателей, носящих переменный характер и в значительной мере зависящих от политических и социально-экономических процессов, происходящих в стране. Это четко проявляется при анализе макроэкономических показателей развития туризма в Тунисской Республике.

Исследование показало, что современный уровень макроэкономических показателей экономики туризма Туниса отстает от показателей 2008–2009 гг. Причины отставания вызваны как политическими (революция, террористические акты), так и социально-экономическими (рост безработицы, падение производства, экономический спад и др.) факторами.

Результаты проведенного исследования позволили оценить современное состояние международного туризма в стране. Полученные данные могут способствовать разработке программы развития экономики туризма Туниса, одно из важнейших мест в которой должно быть отведено повышению показателей на макроуровне. Это позволит обеспечить условия устойчивого экономического роста туризма в стране, увеличить занятость, повысить уровень налоговых поступлений в бюджет, сбалансировать платежный баланс и т. д.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Валединская Е. Н. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 4. С. 79–86. URL: <https://readera.ru/140206206> (дата обращения: 28.01.2019).

2. Виноградова М. В. Социально-экономическое влияние развития регионального туристского комплекса на экономику региона // Сервис в России





и за рубежом. 2010. № 1. С. 132–140. URL: [http://service-rusjournal.ru/index.php?do=cat&category=2010\\_1](http://service-rusjournal.ru/index.php?do=cat&category=2010_1) (дата обращения: 28.01.2019).

3. Калитвинцева М. В. Экономические показатели вклада туристической отрасли в экономику региона // Российское предпринимательство. 2011. Т. 12, № 9. С. 151–156. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/7014> (дата обращения: 28.01.2019).

4. Новичков Н. В. Экономика туризма региона: основные особенности и тенденции // ARS ADMINISTRANDI. 2015. Вып. № 2. С. 105–120. URL: <http://ars-administrandi.com/abstracts.php?id=480> (дата обращения: 28.01.2019).

5. Дядечко В. В. Современные подходы к оценке конкурентоспособности предпринимательских структур в сфере туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 2 (18). С. 40–43. URL: <http://vestnik.nat-moo.ru/ru/> (дата обращения: 28.01.2019).

6. Рубцова Н. В. Концепция повышения социально-экономической эффективности туристской деятельности на уровне туристской дестинации // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 5 (120). С. 119–128. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25107875> (дата обращения: 28.01.2019).

7. Рубцова Н. В. Организационно-экономический механизм повышения социально-экономической эффективности туристской деятельности на уровне туристской дестинации // Вестник ВСГУТУ. 2015. № 3. С. 102–108. URL: <http://vestnik.esstu.ru/issues.html> (дата обращения: 28.01.2019).

8. Цапук Д. А. Маркетинговые программы и продвижение глобальных городов на международном туристском рынке // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 2. С. 14–24. DOI: <https://doi.org/10.12737/11391>

9. Croes R., Rivera M. A. Tourism's Potential to Benefit the Poor: A Social Accounting Matrix Model Applied to Ecuador // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 1. Pp. 29–48. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0495>

10. Correia A., Kozak M., Kim S. Luxury Shopping Orientations of Mainland Chinese Tourists in Hong Kong: Their Shopping Destination // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 1. Pp. 92–108. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617725453>

11. An Integrated Model for Evaluating Investments in Cultural Heritage Tourism in the Dominican Republic / O. Banerjee [et al.] // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 8. Pp. 1568–1580. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617713229>

12. Benítez-Aurioles B. The Role of Distance in the Peer-to-Peer Market for Tourist Accommodation // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 3. Pp. 237–250. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617726211>

13. Dikgang J., Muchapondwa E., Stage J. Securing Benefits for Local Communities from International Visitors to the Kgalagadi Transfrontier Park // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 8. Pp. 1553–1567. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617707593>

14. Fredman P., Wikström D. Income Elasticity of Demand for Tourism at Fulufjället National Park // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 1. Pp. 51–63. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617724012>

15. Gunter U., Önder I. Determinants of Airbnb Demand in Vienna and their Implications for the Traditional Accommodation Industry // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 3. Pp. 270–293. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617731196>



16. Jingwen W., Mingzhu L. Characteristics of Visitor Expenditure in Macao and their Impact on its Economic Growth // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 2. Pp. 218–233. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617749352>

17. Tavares J. M., Leitao N. C. The Determinants of International Tourism Demand for Brazil // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 4. Pp. 834–845. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0540>

18. Kostakis I., Theodoropoulou E. Spatial Analysis of the Nexus Between Tourism-Human Capital-Economic Growth // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 7. Pp. 1523–1534. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692473>

19. Morales J. M. L., Devesa M. J. S. Business Cycle and External Dependence on Tourism: Evidence for Spain // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 1. Pp. 187–199. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0506>

20. Ajogbeje K., Adeniyi O., Folarin O. The Effect of Terrorism on Tourism Development in Nigeria: A Note // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 8. Pp. 1673–1678. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692477>

21. Altin M., Memili E., Sönmez S. Institutional Economics and Firm Creation in the Hospitality and Tourism Industry // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 7. Pp. 1382–1397. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617689869>

22. Koh Y., Defranco A., Back K.-J. Modeling Average Daily Rate (ADR) Volatility Index and Room Price Positioning Matrix // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 7. Pp. 1476–1483. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617702051>

23. Mahadevan R. Examining Domestic and International Visits in Australia's Aboriginal Tourism // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 1. Pp. 127–134. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617701440>

24. Is Hotel Efficiency Necessary for Tourism Destination Competitiveness? An Integrated Approach / L. F. Mendieta-Peñalver [et al.] // Tourism Economics. 2018. Vol. 24, issue 1. Pp. 3–26. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0555>

25. Motta V. Are SMEs in the Hospitality Industry Less Likely to Experience Credit Constraint than other Industries in the Service Sector? Evidence from Latin America // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 7. Pp. 1398–1418. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692476>

26. Aroca P., Brida J. G., Volo S. Tourism Statistics: Correcting Data Inadequacy // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 1. Pp. 99–112. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0500>

27. Clusters as a Factor of Competitiveness of Rural Tourism Destinations in the Danube Region of the Republic of Serbia / R. Pejanović [et al.] // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 2. Pp. 475–482. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0509>

28. Bo Z. The Spillover Effect of Attractions: Evidence from Eastern China / Z. Bo [et al.] // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 4. Pp. 731–743. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0541>

29. Tokarchuk O., Gabriele R., Maurer O. Development of City Tourism and Well-Being of Urban Residents: A Case of German Magic Cities // Tourism Economics. 2017. Vol. 23, issue 2. Pp. 343–359. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816616656272>

Поступила 10.02.2019; принята к публикации 20.03.2019; опубликована онлайн 28.06.2019.



Об авторах:

**Жулина Марина Александровна**, заведующий кафедрой туризма ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (430005, Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68/1), кандидат географических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5011-723X>, [mzhulina@mail.ru](mailto:mzhulina@mail.ru)

**Кицис Вячеслав Михайлович**, доцент кафедры туризма ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (430005, Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68/1), кандидат географических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4016-5275>, [vkitsis@mail.ru](mailto:vkitsis@mail.ru)

**Сарайкина Светлана Васильевна**, доцент кафедры туризма ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (430005, Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68/1), кандидат географических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8050-8992>, [ssarajjkina@rambler.ru](mailto:ssarajjkina@rambler.ru)

Заявленный вклад авторов:

Жулина Марина Александровна – постановка научной проблемы; научное руководство.

Кицис Вячеслав Михайлович – определение теоретико-методологических основ исследования; написание статьи.

Сарайкина Светлана Васильевна – поиск аналитических материалов; подготовка проекта текста статьи; составление таблиц и рисунков; доработка текста статьи.

Для цитирования:

Жулина М. А., Кицис В. М., Сарайкина С. В. Макроэкономическая характеристика экономики туризма Тунисской Республики // Регионоведение. 2019. Т. 27, № 2. С. 224–245. DOI: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.106.027.201902.224-245>

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

## REFERENCES

1. Valedinskaya E.N. [The Role and Significance of Strategic Development of Tourism and Hospitality Services in the Regional Economy]. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Service and Tourism: Current Challenges*. 2012; (4):79-86. Available at: <https://readera.ru/140206206> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)
2. Vinogradova M.V. Local Tourist Complex and Regional Economy: Socio-Economic Impact. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad*. 2010; (1):132-140. Available at: [http://service-rusjournal.ru/index.php?do=cat&category=2010\\_1](http://service-rusjournal.ru/index.php?do=cat&category=2010_1) (accessed 28.01.2019). (In Russ.)
3. Kalitvintseva M.V. Indicators for Assessing the Contribution of Tourism to the Regional Economy: An Analytical Review and Systematization. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*. 2011; 12(9):151-156. Available at: <https://creativeconomy.ru/lib/7014> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)



4. Novichkov N.V. Tourism Economy of Region: The Main Features and Trends. *ARS ADMINISTRANDI*. 2015; (2):105-120. Available at: <http://ars-administrandi.com/abstracts.php?id=480> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)

5. Dyadechko V.V. Modern Approaches to Competitiveness Assessment of Enterprise Structures in Tourism. *Vestnik Natsionalnoj akademii turizma = Vestnik of National Tourism Academy*. 2011; (2):40-43. Available at: <http://vestnik.nat-moo.ru/> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)

6. Rubtsova N.V. Concept for Improving Socio-Economic Effectiveness of Tourism Activity in Tourist Destination. *Vestnik Zabajkalskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Transbaikal State University*. 2015; (5):119-128. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25107875> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)

7. Rubtsova N.V. The Organizational-Economic Mechanism of Socio-Economic Efficiency Improvement of Tourism Activity. *Vestnik VSGUTU = ESSUTM Bulletin*. 2015; (3):102-108. Available at: <http://vestnik.esstu.ru/issues.html> (accessed 28.01.2019). (In Russ.)

8. Tsapuk D.A. Marketing Programs and the Promotion of Global Cities in the International Tourist Market. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Service and Tourism: Current Challenges*. 2015; (2):14-24. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.12737/11391>

9. Croes R., Rivera M.A. Tourism's Potential to Benefit the Poor: A Social Accounting Matrix Model Applied to Ecuador. *Tourism Economics*. 2017; 23(1):29-48. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0495>

10. Correia A., Kozak M., Kim S. Luxury Shopping Orientations of Mainland Chinese Tourists in Hong Kong: Their Shopping Destination. *Tourism Economics*. 2018; 24(1):92-108. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617725453>

11. Banerjee O., Henseler M., Maisonnave H., Beyene L.M., Velasco M. An Integrated Model for Evaluating Investments in Cultural Heritage Tourism in the Dominican Republic. *Tourism Economics*. 2017; 23(8):1568-1580. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617713229>

12. Benítez-Aurioles B. The Role of Distance in the Peer-to-Peer Market for Tourist Accommodation. *Tourism Economics*. 2018; 24(3):237-250. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617726211>

13. Dikgang J., Muchapondwa E., Stage J. Securing Benefits for Local Communities from International Visitors to the Kgalagadi Transfrontier Park. *Tourism Economics*. 2017; 23(8):1553-1567. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617707593>

14. Fredman P., Wikström D. Income Elasticity of Demand for Tourism at Fulufjället National Park. *Tourism Economics*. 2018; 24(1):51-63. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617724012>

15. Gunter U., Önder I. Determinants of Airbnb Demand in Vienna and their Implications for the Traditional Accommodation Industry. *Tourism Economics*. 2018; 24(3):270-293. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617731196>

16. Jingwen W., Mingzhu L. Characteristics of Visitor Expenditure in Macao and their Impact on its Economic Growth. *Tourism Economics*. 2018; 24(2):218-233. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617749352>



17. Tavares J.M., Leitao N.C. The Determinants of International Tourism Demand for Brazil. *Tourism Economics*. 2017; 23(4):834-845. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0540>

18. Kostakis I., Theodoropoulou E. Spatial Analysis of the Nexus Between Tourism-Human Capital-Economic Growth. *Tourism Economics*. 2017; 23(7):1523-1534. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692473>

19. Morales J.M.L., Devesa M.J.S. Business Cycle and External Dependence on Tourism: Evidence for Spain. *Tourism Economics*. 2017; 23(1):187-199. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0506>

20. Ajogbeje K., Adeniyi O., Folarin O. The Effect of Terrorism on Tourism Development in Nigeria: A Note. *Tourism Economics*. 2017; 23(8):1673-1678. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692477>

21. Altin M., Memili E., Sönmez S. Institutional Economics and Firm Creation in the Hospitality and Tourism Industry. *Tourism Economics*. 2017; 23(7):1382-1397. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617689869>

22. Koh Y., Defranco A., Back K.-J. Modeling Average Daily Rate (ADR) Volatility Index and Room Price Positioning Matrix. *Tourism Economics*. 2017; 23(7):1476-1483. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617702051>

23. Mahadevan R. Examining Domestic and International Visits in Australia's Aboriginal Tourism. *Tourism Economics*. 2018; 24(1):127-134. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617701440>

24. Mendieta-Peñalver L.F., Perles-Ribes J.F., Ramón-Rodríguez A.B., Such-Devesa M.J. Is Hotel Efficiency Necessary for Tourism Destination Competitiveness? An Integrated Approach. *Tourism Economics*. 2018; 24(1):3-26. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0555>

25. Motta V. Are SMEs in the Hospitality Industry Less Likely to Experience Credit Constraint than other Industries in the Service Sector? Evidence from Latin America. *Tourism Economics*. 2017; 23(7):1398-1418. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816617692476>

26. Aroca P., Brida J.G., Volo S. Tourism Statistics: Correcting Data Inadequacy. *Tourism Economics*. 2017; 23(1):99-112. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0500>

27. Pejanović R., Demirović D., Glavaš-Trbić D., Maksimović G., Tomaš-Simin M. Clusters as a Factor of Competitiveness of Rural Tourism Destinations in the Danube Region of the Republic of Serbia. *Tourism Economics*. 2017; 23(2):475-482. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0509>

28. Bo Z., Bi Y., Hengyun L., Hailin Q. The Spillover Effect of Attractions: Evidence from Eastern China. *Tourism Economics*. 2017; 23(4):731-743. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2016.0541>

29. Tokarchuk O., Gabriele R., Maurer O. Development of City Tourism and Well-Being of Urban Residents: A Case of German Magic Cities. *Tourism Economics*. 2017; 23(2):343-359. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816616656272>

Submitted 10.02.2019; accepted for publication 20.03.2019; published online 28.06.2019.



*About the authors:*

**Marina A. Zhulina**, Head of the Department of Tourism, National Research Mordovia State University (68/1 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russia), Ph. D. (Geography), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5011-723X>, [mzhulina@mail.ru](mailto:mzhulina@mail.ru)

**Vyacheslav M. Kitsis**, Associate Professor, Department of Tourism, National Research Mordovia State University (68/1 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russia), Ph. D. (Geography), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4016-5275>, [vkitsis@mail.ru](mailto:vkitsis@mail.ru)

**Svetlana V. Saraykina**, Associate Professor, Department of Tourism, National Research Mordovia State University (68/1 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russia), Ph. D. (Geography), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8050-8992>, [ssarajkina@rambler.ru](mailto:ssarajkina@rambler.ru)

*Contribution of the authors:*

Marina A. Zhulina – statement of the scientific problem; academic supervision.  
Vyacheslav M. Kitsis – formulation of the theoretical and methodological foundations of the research; writing the text of the article.

Svetlana V. Saraykina – search for analytical materials; preparation of the draft text of the article; drawing up tables and figures; revision of the text of the article.

*For citation:*

Zhulina M.A., Kitsis V.M., Saraykina S.V. Macroeconomic Characteristics of Tourism Economy in the Republic of Tunisia. *Regionology = Russian Journal of Regional Studies*. 2019; 27(2):224-245. DOI: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.106.027.201902.224-245>

*The authors have read and approved the final version of the manuscript.*