

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОВЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ДОКЛАД**

**«О РАЗВИТИИ ТУРИЗМА  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**2015**

## Содержание

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1. Современное состояние туризма в Российской Федерации .....	7
1.1. Государственная политика и система управления сферой туризма .....	7
1.2. Состояние туристской инфраструктуры .....	8
1.2.1. Состояние материально-технической базы, структура средств размещения туристского комплекса .....	8
1.2.2. Транспортная инфраструктура и логистика .....	13
1.2.3. Туристско-рекреационные кластеры .....	17
1.2.4. Туроператорские и турагентские компании .....	19
2. Основные направления развития туризма в Российской Федерации .....	22
2.1. Совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы .....	22
2.2. Совершенствование визовой, налоговой, тарифной и таможенной политики .....	23
2.3. Формирование современной системы статистики .....	28
2.4. Повышение уровня сервиса. Сертификация, стандартизация, классификация объектов туристской индустрии .....	30
2.5. Улучшение кадрового обеспечения. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров .....	34
2.6. Создание благоприятного инвестиционного климата .....	36
2.7. Поддержка малого и среднего бизнеса .....	37
2.8. Продвижение российского туристского продукта. Информационное обеспечение туризма .....	39
2.9. Развитие приоритетных видов туризма .....	46
3. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	57
Приложения:	
Приложение 1. Статистика туризма Российской Федерации .....	59
Приложение 2. Лучшие практики развития туристского комплекса в Российской Федерации .....	71

## ВВЕДЕНИЕ

Современный туризм – важнейшая сфера жизнедеятельности человека, влияющая на восстановление и развитие его физических и интеллектуальных сил. Туризм способствует формированию национальной идентичности, является важным звеном патриотического воспитания, выступает как средство охраны природы и культурного наследия.

Вместе с тем в современных условиях туризм становится двигателем социально-экономического развития целых государств. Это связано с его всеобъемлющей спецификой: с одной стороны, туризм связан с традиционными отраслями индустриального общества, то есть материальным производством, таким как сельское хозяйство, строительство, транспорт, с другой – со сферами, характерными для постиндустриального мира – предоставлением услуг и информационными технологиями. В этом проявляется его кумулятивный эффект. Если раньше рост мировой экономики в целом опережал темпы развития туризма, то сейчас рост мирового туризма составляет до 5% в год, в то время как мировой экономики – 2-3%.

В 2014 году в мире было совершено 1 138 млн. международных туристских поездок. В целом на туризм приходится 29% мирового экспорта услуг и 6% общего экспорта товаров. Доходы от отрасли по сравнению с затратами на нее в ряде стран выше в 6-7 раз. Кроме того, она является самой эффективной с точки зрения занятости: каждый 11-й работающий человек на планете так или иначе связан со сферой туризма.

Государства, в полной мере осознавшие роль туризма в экономике и социальной сфере и соз-

давшие условия для его приоритетного развития, получают хорошие дивиденды. В первую очередь в виде оздоровления нации, в привлечении капиталов, в том числе из-за рубежа, а также в стимулировании развития сопутствующих отраслей. Так, по данным ЮНВТО (UNWTO) – Всемирной туристской организации в составе ООН (далее ЮНВТО), туризм консолидирует 53 отрасли народного хозяйства.

Как статья экспорта, туризм в мире занимает пятое место после нефти, продукции химической, пищевой и автомобильной промышленности, а во многих странах со средним уровнем развития находится на первом месте. Например, туризм как экспортная отрасль экономики лидирует в Испании и Греции. В высокоразвитых странах, таких как Австрия, Швейцария, Дания, по этому показателю она занимает второе-третье место. В ряде государств Европы, например, в Италии и Франции, во многих странах Юго-Восточной Азии – Таиланде, Индонезии, а также на Ближнем и Среднем Востоке – в Объединенных Арабских Эмиратах, Турции, Египте, туризм относится к числу основных бюджетообразующих отраслей. В мировом ВВП доля индустрии туризма достигает 9,5%. Вклад же туризма в ВВП Российской Федерации пока составляет всего лишь 1,4%.

Причины низких темпов развития отрасли в нашей стране, безусловно, связаны с историческими процессами. В советскую эпоху акцент делался в основном на внутренний и оздоровительный туризм, когда граждане путешествовали преимущественно по своей стране и укрепляли

здоровье в домах отдыха, пансионатах и санаториях. Позже, в постперестроечный и следующий за ним период, акцент, напротив, сместился в выездной сегмент. Сам по себе туризм воспринимался исключительно как отдых за рубежом. Так, по данным Всемирного банка, с 1991 по 2014 год российскими туристами было вывезено из страны 450 млрд. долларов. При этом только за 2013 год было вывезено 56 млрд. долларов, а в 2014 году — 50 млрд. долларов. Одновременно следствием отсутствия четкой государственной политики на этом направлении стало недостаточное развитие туристской инфраструктуры, невысокое качество предоставляемых услуг и ориентированность российского турбизнеса на вывоз граждан преимущественно на зарубежные курорты.

Ситуация изменилась к концу 2014 — началу 2015 года. На 40% уменьшился спрос на выездной организованный туризм, и значительно увеличился внутренний турпоток, достигнув отметки 41,5 млн. поездок. При этом количество международных прибытий выросло на 16%.

Это связано с рядом факторов. Вхождение Республики Крым и города федерального значения Севастополя в состав Российской Федерации, XXII Олимпийские зимние игры в Сочи в 2014 году и Всемирная летняя Универсиада в Казани в 2013 году, прошедшие с большим успехом, вызвали небывалый рост интереса и патриотизма к родной стране. Четкие политические сигналы, меры государственной поддержки отрасли переориентиро-

вали бизнес-сообщество. Крупнейшие российские компании, ранее занимавшиеся только отправкой туристов за рубеж, стали работать на внутреннем рынке, предлагая пакетные туры в Крым, Сочи, Анапу, Кавминводы. Причем эти туры сформированы по принципу «все включено»: в общую стоимость входит проезд, питание, проживание, трансфер, лечение. Именно такие «пакетные»

предложения долгие годы привлекали многих российских туристов на зарубежные курорты.

Стимулом роста внутреннего туризма стало совершенствование инфраструктуры

благодаря реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

В рамках программы с 2011 года по настоящее время реализуются 35 инвестиционных проектов в 25 регионах России. Создаются туристские кластеры.

Еще одна причина роста внутреннего турпотока — удорожание отдыха за рубежом из-за снижения курса

рубля в конце 2014 года. Но вместе с тем изменение соотношения курсов валют привело к росту въездного потока — зарубежным гостям выгодно путешествовать по России, приобретать товары и услуги по более низкой цене, и этим уже активно пользуются многие иностранные туристы.

Такую тенденцию необходимо закрепить, особенно с учетом возрастающей роли туризма в социально-экономическом развитии страны. Сейчас в структуре экспорта Российской Федерации значительную долю составляют сырьевые товары



(нефть, газ, уголь и т.д.). Въездной же туризм для России — это несырьевой экспорт услуг. Кроме того, будучи одним из источников обеспечения занятости, он выступает катализатором развития всех без исключения регионов Российской Федерации. Сглаживаются диспропорции в различных частях страны. Особенно важно это для территорий, ранее не относившихся к традиционным туристским направлениям: малых и моногородов, сельских поселений, северных областей России, Сибири и Дальнего Востока. Внутренний и въездной туризм сдерживает отток населения в крупные города, стимулирует производство товаров и услуг на небольших территориях, делает их привлекательными для молодежи и в целом повышает качество жизни людей. Чрезвычайно важна отрасль туризма для развития малого и среднего бизнеса, 1 вложенный рубль дает от 3 до 5 рублей прибыли.

Вместе с тем для успешного развития туризма как одной из важнейших отраслей народного хозяйства необходимо опираться на важнейшие тезисы.

1. Туризм важен для здоровья нации. Речь идет не только о физическом, но и духовном благополучии. Поэтому в стратегии развития отрасли на ближайшие годы необходимо сделать акцент на укрепление и модернизацию существующей санаторно-курортной базы, являющейся безусловным преимуществом России по сравнению с другими странами. Важное значение имеет развитие детского туризма как элемента создания основ здорового образа жизни у молодого поколения, повышения интереса к родной стране, воспитания патриотизма.

2. Для развития внутреннего и въездного туризма необходимо сохранять природные ресурсы, совершенствовать материально-техническую базу туристской индустрии, работать над развитием сопутствующей инфраструктуры. Это касается гостиниц, санаториев, объектов показа. Важную роль играет качество и доступность транспортной системы — автомобильного, авиа-, железнодорожного и вод-

ного сообщений. Ключевое значение с учетом возрастающей антропогенной нагрузки на природу и экологию имеет бережное отношение к участкам для рекреационной деятельности.

3. Создание современной и эффективной туристской отрасли в России невозможно без введения стандартизации и сертификации объектов индустрии и оказания услуг. При этом российские стандарты, например, в гостиничном бизнесе, должны соответствовать лучшим мировым практикам. Это важно для привлечения туристов из-за рубежа и роста внутреннего потока — в последние годы россияне много путешествовали по миру и уже привыкли к определенному уровню обслуживания. Также эффективное введение стандартов, контроль за их исполнением и прослеживаемость турпотока для последующего принятия правильных решений невозможны без современных систем статистики в сегменте туризма.

4. Туризм в России, безусловно, должен иметь социальную направленность. Во-первых, необходимо создавать безбарьерную среду в туристских объектах для людей с ограниченными возможностями. Многие из них моложе 40 лет, с активной жизненной позицией и желанием путешествовать. Во-вторых, необходимы льготы на перевозки и отдых низкодходных категорий населения на отечественных курортах, а также материальная поддержка работодателей, заботящихся об отдыхе сотрудников.

5. Крайне важно совершенствование законодательной базы на региональном и федеральном уровнях. Многие нормы, регулирующие функционирование отрасли и деятельность участников туристского рынка, закладывались еще в конце прошлого века и не отвечают современным реалиям. Прежде всего, законы должны быть направлены на защиту интересов туристов. Также большое значение имеет повышение прозрачности работы туристского рынка для увеличения финансовой отдачи отрасли.

6. Трансформация туризма в России в высокодоходную отрасль экономики невозможна без ка-

чественной информационной составляющей. Речь идет как о позиционировании страны за рубежом, так и о предоставлении полных сведений о природных и культурных достопримечательностях российским путешественникам. Поэтому особое значение приобретает создание национального портала о туризме, популяризация отечественных курортов в российских и зарубежных СМИ.

Стоит отметить возрастающую роль цифровых технологий в мировой экономике. Самыми дорогими по объему капитала стали компании в сфере коммуникаций и IT-технологий. Сфера туризма является неотъемлемой частью глобального информационного пространства, оказывая влияние и на контент популярных ныне социальных сетей. Люди самовыражаются, делятся личным опытом, обмениваются впечатлениями, появляется желание больше путешествовать. В этом проявляется синергия базовых человеческих потребностей с экономическими моделями современного мира. Данное, безусловно, выгод-

ное качество туризма необходимо использовать и развивать.

Также, будучи элементом народной дипломатии и «мягкой силы», туризм решает задачи предоставления достоверной информации, развенчания устоявшихся «мифов» у иностранных граждан о стране и вместе с тем формирования образа России как открытого государства, готового к добрым партнерским отношениям и взаимовыгодному сотрудничеству.

В соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» отрасль признана государством как одна из приоритетных для национальной экономики. Современный этап ее развития связан с разработкой и реализацией единой стратегии укрепления туристского комплекса, превращения его в высокодоходную отрасль. И управление таким комплексом – сложнейшая задача, требующая координации на государственном уровне.

# 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1.1. Государственная политика и система управления сферой туризма

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития страны. Определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в этой сфере.

Государственная политика, нацеленная на повышение конкурентоспособности туристского рынка Российской Федерации, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных услугах, строится исходя из принципов содействия отрасли и создания благоприятных условий для ее развития. Государство формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма, осуществляет поддержку и защиту российских туристов, фирм и их объединений, работающих в этой сфере.

В соответствии с Перечнем поручений Президента Российской Федерации по вопросам развития въездного и внутреннего туризма от 30 июля 2013 г. № Пр-1814 для решения задач повышения качества и конкурентоспособности туристского продукта разработана Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года (далее – Стратегия). Главная цель Стратегии – комплексное развитие внутреннего и въездного

туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах России.

Являясь инструментом формирования планов работы органов исполнительной власти и участников турбизнеса всех уровней, а также ориентации предпринимательской инициативы граждан в сфере туризма, Стратегия полностью учитывает мировые тенденции и современное состояние отрасли в контексте задач государственного управления по развитию экономики, культуры, работы с детьми и молодежью, социального обеспечения граждан, физической культуры и спорта, образования, содействия занятости и сохранения природных и культурных ресурсов страны.

В 2011 году была принята федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», благодаря которой строятся современные туристско-рекреационные кластеры; реализуются мероприятия, направленные на повышение качества туристских услуг и подготовки кадров; проводится работа по продвижению российского турпродукта на мировом и внутреннем рынках.

В 2013 году федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» стала составной частью Государственной программы «Развитие культуры и туризма на 2013-2020 годы», которая представляет собой систему мероприятий и инструментов, обеспечивающих достижение приоритетов и целей государственной политики в сфере культуры и туризма.

Основным законодательным актом, определяющим государственную политику в сфере туризма, является Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Реализация данной политики, нормативное правовое регулирование, оказание услуг и управление государственным имуществом в сфере туризма Российской Федерации возложено на федеральный орган исполнительной власти – Министерство культуры Российской Федерации и Федеральное агентство по туризму (Ростуризм).

Субъекты Российской Федерации самостоятельно выбирают формы и модели функционирования управленческих структур в сфере туризма. Так в различных регионах существуют государственные комитеты по туризму, агентства, департаменты, управления, отделы и сектора в структуре различных министерств: экономического развития, спорта и молодежной политики, культуры. Кроме того, сфера туризма регулируется различными министерствами и ведомствами. Так, по линии МИД России обеспечивается защита законных прав, свобод и интересов граждан и юридических лиц Российской Федерации за рубежом. В компетенции Минэкономразвития России – нормативно-правовое регулирование, создание и управление особыми экономическими зонами туристско-рекреационного типа. Минобрнауки России координирует организацию летнего отдыха и оздоровления детей. В ведении Минздрава России – курортное дело. Роспотребнадзор осуществляет федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей. Минприроды России регулирует экологический туризм на особо охраняемых природных территориях. К туристской отрасли в Российской Федерации имеет отношение и ряд других ведомств.

Таким образом, для эффективного управления отраслью необходимо выстроить систему взаимодействия и координации всех заинтересованных министерств и ведомств.

## 1.2. Состояние туристской инфраструктуры

### 1.2.1. Состояние материально-технической базы, структура средств размещения туристского комплекса

К материально-технической базе индустрии туризма относятся: коллективные средства размещения (гостиницы, туристские базы и др.); предприятия питания и торговли; автотранспортные предприятия; туристские комплексы; туристско-информационные центры; туристские фирмы (туроператоры и турагенты) и др.

В структуре коллективных средств размещения более 50% занимают гостиницы и аналогичные средства размещения – пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития. Оставшуюся часть составляют специализированные средства размещения – детские лагеря, туристические и спортивные базы, кемпинги, мотели, санатории, дома охотника и рыбака. К сожалению, их количество за последние 10 лет значительно сократилось. Например, в России осталось только 4 кемпинга.

Средства размещения подразделяются на индивидуальные и коллективные. Услугами индивидуальных традиционно пользуются миллионы россиян, самостоятельно организующих свой отдых. В связи с этим остро стоит проблема учета деятельности индивидуальных средств размещения, которая в данный момент в основном осуществляется без соответствующей регистрации и уплаты налогов и сборов, что негативно влияет на общую социально-экономическую обстановку в регионах и непосредственно на развитие туристского комплекса. Однако существуют положительные практики учета индивидуальных средств размещения, например, в Вологодской области, Горной Шории, где их учетом занимаются туристские информационные центры. Вопрос выхода из теневого сектора экономики индивидуальных средств размещения может быть решен путем формирования туристского паспорта территории, включающего их реестр.

Говоря о коллективных средствах размещения, стоит отметить, что в результате формирования рыночных отношений с начала 90-х годов гостиничный бизнес в Российской Федерации начал активно развиваться и сейчас претерпевает

качественные изменения: появляется все больше гостиниц под брендами ведущих мировых гостиничных сетей, которые задают высокие стандарты качества предоставляемых услуг. Максимальное количество коллективных средств размещения приходится на Центральный федеральный округ (2786), далее следуют Приволжский федеральный округ (2783), Южный федеральный округ (2607).

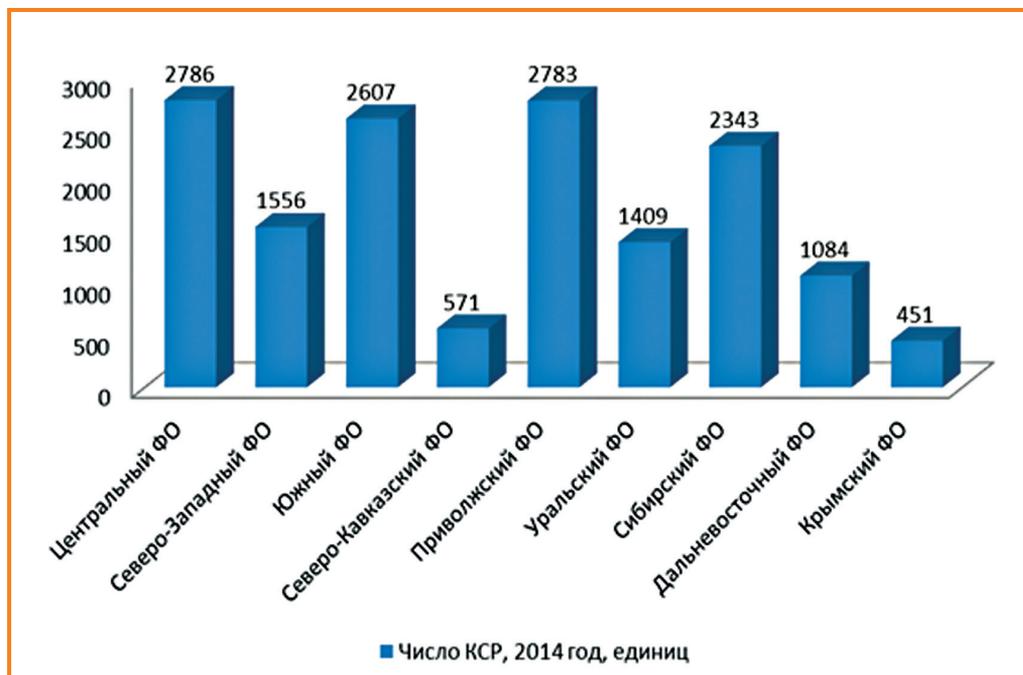


Рис. 1. Число коллективных средств размещения по округам, 2014 г.

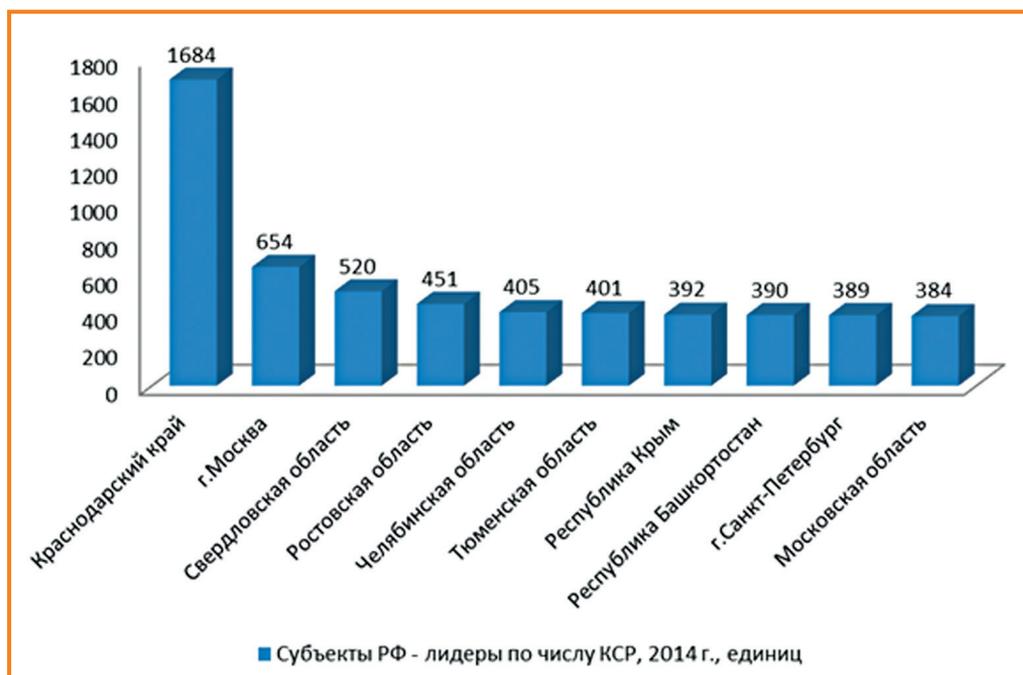


Рис. 2. Регионы-лидеры по числу коллективных средств размещения (без субъектов малого предпринимательства), 2014 г., единиц

качественные изменения: появляется все больше гостиниц под брендами ведущих мировых гостиничных сетей, которые задают высокие стандарты

По данным Федеральной службы государственной статистики, наибольшее количество средств размещения характерно для следующих регио-

нов: Краснодарский край – 1684, Москва – 654, Свердловская область – 520, Санкт-Петербург – 389, Республика Крым – 392, Республика Башкортостан – 390, Приморский край – 379, Республика Татарстан – 350, Ленинградская область – 269, Алтайский край – 316.

показателей, определяющих деятельность предприятий в сфере предоставления услуг по размещению, то есть учет средств размещения. Только коды хозяйственной деятельности организации могут свидетельствовать о предоставлении услуг по размещению.



Рис. 3. Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, млн. руб., 2009-2014 гг.

В 2014 году общее число номеров в коллективных средствах размещения составило 670 762 единицы. Число мест в коллективных средствах размещения Российской Федерации (без субъектов малого предпринимательства) составило 1 573 342 единицы. Среди субъектов Российской Федерации по численности мест в коллективных средствах размещения выделяются Краснодарский край (257 253), Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Ставропольский край.

По данным Федеральной службы статистики, в России в 2014 году насчитывалось более 10,5 тысячи гостиниц. Эта цифра в 2 раза меньше данных по количеству гостиниц и аналогичных средств размещения, которые предоставили субъекты Российской Федерации. Одна из основных проблем анализа развития средств размещения в нашей стране – отсутствие нормативных

Общая численность занятых в коллективных средствах размещения в 2014 году составила 399 146 работников. Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, предоставленных гражданам в 2014 году, составил 161 950,9 млн. рублей. Максимальные показатели зафиксированы в Центральном федеральном округе – 51 106,4 млн. рублей, Южном федеральном округе – 38 367,8 млн. рублей, Северо-Западном федеральном округе – 20 814,5 млн. рублей.

В целом процесс развития гостиничной индустрии в регионах идет активно, но Российская Федерация пока остается страной бизнес-туризма. Доминирующее положение Москвы и Санкт-Петербурга на рынке гостиничных услуг определяется преобладанием деловых туристов в столичных и экономически развитых регионах. Однако в условиях экономической и геополитической неста-

бельности сегмент MICE-индустрии (деловой туризм) в 2014 году показал резкое снижение.

Другая проблема заключается в том, что для диверсификации туристского потока по целям поездок необходимо устранить острый дефицит гостиничных мест в среднем сегменте предприятий, где спрос превышает предложение в десятки раз. Не менее острый дефицит в номерном фонде наблюдается в экономическом классе гостиниц 1\* – 2\*. Рынок сегмента гостиниц категории 2\* – 4\* имеет средний уровень инвестиционной привлекательности. При наличии высокого спроса на экономичный вариант размещения девелоперы предпочитают строить гостиницы категории 4\* – 5\*, так как срок окупаемости проектов сокращается за счет высоких цен на услуги.

Еще одной серьезной проблемой сферы гостеприимства являются необходимость постановки на миграционный учет иностранных граждан и регистрация по месту пребывания россиян. На сегодняшний день существуют различные способы передачи информации, необходимой для миграционного учета в УФМС России: на бумажном носителе с нарочным или по почте, в электронном виде через соответствующие программные продукты. Для упрощения процедуры регистрации иностранных граждан в УФМС России целесообразно использовать автоматическую регистрацию на портале госуслуг.

Как уже отмечалось выше, определяющей тенденцией последних лет на рынке гостиничных услуг Российской Федерации является глобализация, проявляющаяся в активном проникновении международных гостиничных сетей. Номерной фонд гостиниц под международными брендами с 2011 года растет в среднем на 19% в год. В на-

стоящее время на российском рынке гостиничных услуг функционирует порядка 130 гостиниц с совокупным номерным фондом более 30 тыс. номеров под брендами международных гостиничных сетей. На сегодняшний день на отечественном рынке представлены 9 из 10 крупнейших международных гостиничных сетей: 2/3 гостиниц принадлежит корпорации Carlson Hotels Worldwide, 14% –

французской Accor, еще 14% – американской Inter Continental Hotels Group и 12% – американской Marriot International.

Под управлением международных гостиничных сетей на рынке преобладают гостиницы категории 5\* и 4\* – 38% и 40% совокуп-

ного номерного фонда Российской Федерации. На Москву как на финансовый и деловой центр страны приходится половина гостиниц высшей категории. В последнее время данное соотношение постепенно меняется в пользу регионального рынка.

Гостиницы под международными брендами сконцентрированы в городах и регионах, где проводятся мегасобытия. Например, в городах, где планируется проведение Чемпионата мира по футболу-2018, в социально-экономически развитых регионах, таких как Екатеринбург, Самара и других, в городах с населением свыше 1 млн. человек – в Новосибирске, Нижнем Новгороде, Омске, Челябинске, Ростове-на-Дону, Волгограде, Перми, Воронеже, Краснодаре, а также в приграничных городах – Калининграде, Мурманске, Владивостоке. Также гостиницы под международными брендами функционируют в туристско-рекреационных кластерах и особых экономических зонах туристско-рекреационного типа. Стратегия работы международных гостиничных операторов связана с проникновением на региональные рынки и диверсификацией брендов.



Российские гостиничные сети начали формироваться чуть более 10 лет назад. За это время некоторые отечественные операторы не только получили национальный статус, но и сумели выйти на зарубежные рынки. Среди наиболее стабильных и масштабных по охвату рынка национальных гостиничных сетей на данный момент можно выделить Azimut Hotel Company, Amaks Hotels&Resorts, Intourist Hotel Group, Heliopark Hotels&Resorts.

Географически отечественные сети в основном располагаются в европейской части России, в крупных городах ЦФО, ПФО, СЗФО. Все российские гостиничные компании объединяет многопрофильность: они стремятся охватить полный спектр услуг от консалтинга до строительства и управления. Портфолио многих российских гостиничных операторов состоит из разнородных объектов – это реконструированные средства размещения советской постройки, новые объекты, перестроенные из промышленных предприятий лофт-отели и т.д. Разнородность продукта и отсутствие четких корпоративных стандартов затрудняют узнаваемость российских брендов, что снижает их уровень конкурентоспособности по сравнению с западными гостиничными операторами, затрудняет развитие и замедляет темпы роста бизнеса национальных гостиничных сетей.

Для привлечения отечественных гостиничных операторов на региональные и столичные рынки предлагается разработать механизмы приоритетности их участия в тендерах на строительство и управление новыми объектами размещения.

Другой тенденцией, характерной для этого сегмента рынка в последние годы, является строительство гостиниц в составе многофункциональных комплексов (далее – МФК) и апартаментов. МФК включают в себя 3 и более значимых доходных функций, например, торговые площади, бизнес-центры, жилые комплексы, гостиницы, развлекательно-культурные учреждения, рекреационные возможности, выставочные площади, склады, которые являются взаимно поддерживающими и обеспечивают более эффективное

использование земельных участков. Включение гостиницы в состав МФК объясняется стремлением девелоперов диверсифицировать риски и сохранить относительно короткие сроки окупаемости проекта. Для минимизации расходов на жизнеобеспечение гостиничных предприятий и в связи с увеличением продолжительности пребывания деловых туристов в структуре МФК сегодня присутствуют апартаменты и/или апарт-отели. Сервисные апартаменты являются новой для России, но широко применяемой за рубежом формой функционирования малых средств размещения (МСР), что связано с индивидуализацией спроса, дроблением групповых потоков и возможностями прямого бронирования. С целью повышения эффективности государственного регулирования и функционирования МСР, частично размещенных в жилом фонде, необходимо законодательное разрешение оказания услуг по размещению в жилом фонде, введение реестра МСР.

Важная проблема – это существенное повышение налога на имущество, который относят к расходам по обычным видам деятельности или учитывают в составе прочих расходов. Регионы получили право перейти на расчет налога на имущество юридических лиц по кадастровой стоимости, максимально приближенной к рыночной (ранее налог платился по балансовой стоимости). Так, в перечень объектов недвижимого имущества (зданий, строений и сооружений), утвержденный постановлением Правительства Москвы от 28.11.2014 г. № 700, в отношении которых налоговая база определяется как их кадастровая стоимость, попал 31 гостиничный комплекс. Для этих гостиничных предприятий ставка налога повысилась многократно.

Поскольку современный отель является многофункциональным зданием, а средства размещения категории 4\* – 5\* обязаны по требованию «Порядка классификации объектов туристской индустрии» иметь конференц-зал, бизнес-центр, спортивно-оздоровительный центр с тренажерным залом, они все рискуют попасть под новый

принцип исчисления налога на имущество. В этот список попали и гостиницы уровня 2\* – 3\*. Поэтому предлагается отказаться от новой методики расчета налога на имущество по кадастровой стоимости для гостиниц на период подготовки и проведения чемпионата мира по футболу в 2018 году.

Для решения перечисленных текущих проблем развития средств размещения в Российской Федерации предлагается:

1. Провести инвентаризацию средств размещения в субъектах Российской Федерации для формирования туристского паспорта региона.

2. Создать Всероссийский реестр средств размещения, критерием обязательной регистрации в котором должно стать наличие свидетельства о прохождении классификации.

3. Усовершенствовать систему классификации средств размещения, привести ее в соответствие с рекомендациями ЮНВТО, государственными стандартами и ввести обязательную систему классификации гостиничных предприятий.

4. С целью повышения качества обслуживания гостей в средствах размещения ввести обязательную сертификацию услуг.

5. Разработать механизмы привлечения отечественных гостиничных операторов на региональные рынки путем приоритетности их участия в тендерах на строительство и управление новыми объектами размещения.

6. Снизить налоговую нагрузку на гостиничные предприятия, уплачивающие налог на имущество и земельный налог по субъектам Российской Федерации.

7. Создать безбарьерную среду в средствах размещения для путешествий лиц с ограниченными физическими возможностями.

8. Разработать механизм дотирования (выделение субсидий) и условий льготного кредитова-

ния строительства социально значимых объектов (детские лагеря, гостиницы для инвалидов и т.д.), использующих принципы «зеленого строительства».

9. Обеспечить повсеместную электронную регистрацию иностранных граждан в УФМС России.

### 1.2.2. Транспортная инфраструктура и логистика

Транспорт является определяющей доминантой развития туризма. В Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2020 года, в частности, отмечается, что «устойчивое развитие транспорта – гарантия единого экономического пространства, свободного перемещения товаров и услуг, конкуренции и свободы экономической деятельности, обеспечения целостности и национальной безопасности, улучшения условий и уровня жизни населения».

Согласно отчету Всемирного экономического форума о глобальной конкурентоспособности, туризме и путешествиях (оценка 141 страны мира) в 2015 году Российская Федерация занимает 92-е место по состоянию инфраструктуры наземного транспорта и портов, 121-е место по качеству автодорог, 81-е по качеству портовой инфраструктуры, по качеству сети наземного транспорта – 47-е, по качеству железнодорожной инфраструктуры – 25, по качеству инфраструктуры воздушного транспорта – 22-е место.

В настоящее время около 40% территории России не связано с опорной сетью автомобильных и железных дорог, в 6 субъектах отсутствует железнодорожное сообщение. Около 48 тысяч населенных пунктов страны, где проживают более 3 млн. человек, не обеспечены постоянной круглогодичной связью с транспортной сетью общего пользования по автомобильным дорогам с твердым



покрытием. Около 24% от общей протяженности дорог федерального значения работают в режиме перегрузки, при этом только 55% соответствуют нормативным требованиям к транспортно-эксплуатационным показателям. До сих пор не налажено устойчивое транспортное сообщение с Республикой Крым.

казатель снизился до 61,5%, при этом 17% воздушных судов не старше 5 лет. Самым молодым авиапарком по состоянию на конец марта 2015 года располагает «Аэрофлот» (4,2 года), самым старым – «Полярные авиалинии» (более 39 лет). При этом «Аэрофлот» и «S7» входят в «зеленую зону» со средним возрастом авиапарка менее 10



Рис. 4. Возрастная структура парка гражданского воздушного транспорта

Число действующих российских аэропортов и аэродромов гражданской авиации в настоящий момент составляет 297, при этом только 71 из них допущен к приему международных рейсов, а 25 из них обслуживают более 1 млн. пассажиров в год (лидеры в 2014 году: Домодедово – 33 млн. пассажиров и Шереметьево – 32 млн.).

Но есть и позитивный момент. За последние 5 лет произошло существенное обновление авиационного парка. Если в 2009 году 85,8% воздушных судов были старше 15 лет, то в 2014 году данный по-

лет наряду с 70 иностранными авиаперевозчиками по всему миру. «Трансаэро» и «ЮТ Эйр» находятся в «красной зоне», средний возраст самолетов этих компаний – более 15 лет.



Россия располагает 67 морскими портами. Основные специализированные пассажирские порты находятся в Санкт-Петербурге, Сочи, Мурманске, Владивостоке. Остальные – грузовые и грузопассажирские. И в этом заключается одна из проблем, сдерживающих развитие круизного туризма. Например, на Дальнем Востоке, где этот сегмент является весьма

перспективным, нет ни одной причальной стенки, отвечающей техническим требованиям (более 350 м в длину и более 14 м в глубину) по приему больших круизных судов.

При этом в России протяженная сеть внутренних водных путей (101,7 тыс. км), которая позволяет осуществлять пассажирские перевозки

Вызывает озабоченность и высокая степень износа основных фондов транспортного комплекса. По данным Росстата, больше всего эта проблема проявляется в сегменте внутреннего водного транспорта – 45% речных и озерных судов эксплуатируются более 35 лет, 35% морских пассажирских судов – более 30 лет. Морской пассажирский флот

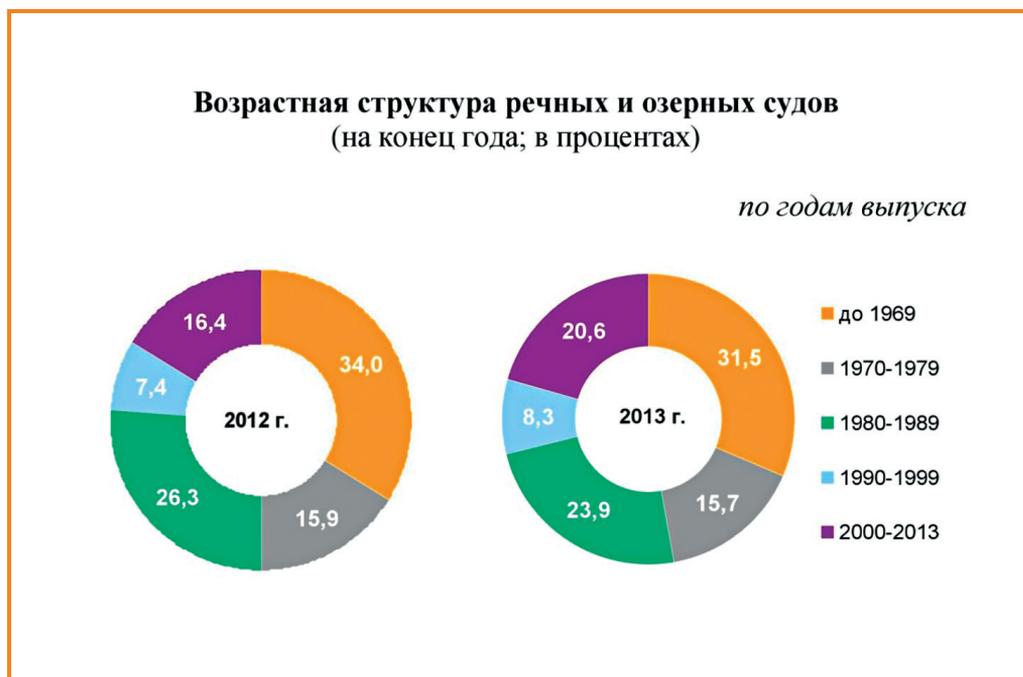


Рис. 5. Возрастная структура речных и озерных судов

по туристским маршрутам. Сейчас наибольшее количество таких маршрутов различной продолжительности организовано в европейской части страны, где функционирует Единая глубоководная система (далее – ЕГС). Наиболее популярным у российских и зарубежных туристов является маршрут между Москвой, Санкт-Петербургом и городами Поволжья. Однако часть объектов показа, например, историко-архитектурные комплексы на островах Валаам, Коневец, Кижском архипелаге, доступна только с внутренних водных путей.

Развитию круизного туризма также препятствуют наличие лимитирующих участков на ЕГС (Городецкие шлюзы, Нижне-Свирский шлюз, Нижний Дон) и недостаточно эффективное управление портовыми причальными гидротехническими сооружениями, находящимися в государственной и муниципальной собственности.

России в 2013 году насчитывал 48 судов, их большая часть не соответствует мировым экологическим и техническим стандартам. В настоящее время морской флот, обслуживающий арктические круизные программы, располагает только 1 современным атомным ледоколом и 5 дизельными судами ледового класса. Данные показатели свидетельствуют о скором выбытии круизного и туристского флота и прекращения как вида деятельности круизного судоходства на реках России.

В сложившейся ситуации должны быть выработаны новые механизмы финансовой поддержки, в том числе по договорам с российскими лизинговыми компаниями и субсидированию процентной ставки по кредитам, полученным в российских кредитных организациях.

С каждым годом возрастает потребность в скоростных и высокоскоростных видах железнодоро-

рожного транспорта. Однако во многих крупных и средних городах России отсутствуют скоростные автомагистрали, остро не хватает мостовых и пешеходных переходов, разноуровневых развязок на пересечениях автомобильных и железных дорог.

Существует острая необходимость в организации и оборудовании специализированных парковок для туристских автобусов в транспортно-пересадочных узлах

столицы — в международных аэропортах, железнодорожных вокзалах, автовокзалах, речных портах и в непосредственной близости от объектов туристского показа. В первую очередь — у памятников, включенных в перечень

объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, а также стоянок, расположенных у крупнейших гостиниц. Также необходима организация остановок, предназначенных для посадки и высадки туристов на основных экскурсионных маршрутах.

Одна из серьезнейших проблем, тормозящих развитие туризма в России, — высокая стоимость транспортных расходов на внутренние перевозки. Себестоимость перевозок в России в 1,2-1,5 раза выше, чем в развитых зарубежных странах, а удельный расход топлива в стоимости перевозок — на 20-30% больше. При этом размер транспортной составляющей в себестоимости туристского продукта достигает 50-70%. Все это приводит к постоянному увеличению стоимости отдыха.

Проведенный анализ основных тенденций в развитии транспортного комплекса Российской Федерации показал, что для устойчивого развития внутреннего туризма необходимо принять ряд мер. В целях оптимизации логистических процессов целесообразно применять систему интермодальных перевозок, объединяющую несколько видов транспорта в единый транспортный комплекс.



Целесообразно обеспечить доступ туристских автобусов, следующих по регулярным экскурсионным маршрутам, на выделенные полосы движения общественного транспорта в тех городах, где такие полосы существуют.

Важно развивать туристскую инфраструктуру в транспортных пересадочных узлах (аэропорты, железнодорожные вокзалы, морские и речные

пассажиры порты, автовокзалы), включая создание туристских информационных центров, указателей для российских и иностранных туристов, смотровых площадок, оборудованных биноклями, магазинов беспошлинной торговли.

Для развития въездного туризма необходимо расширить применение практики скидок на авиа- и железнодорожных пассажирских перевозках по системе международных дисконтных удостоверений ISIC, ITIC и GO-25, а также создать национальную систему скидок.

С целью увеличения внутреннего потока и развития туркомплекса регионов Дальнего Востока целесообразно рассмотреть вопросы о совершенствовании механизма субсидирования авиаперевозок пассажиров на территории Дальнего Востока путем снятия ограничений по возрасту, сезону и перечню маршрутов. В эту программу необходимо включить пассажиров, имеющих право на льготный перелет авиационным транспортом на Дальний Восток и обратно, а также граждан, следующих к месту отдыха в составе организованных туристических групп.

В связи с тем, что объекты показа находятся на значительном удалении друг от друга, а также в целях улучшения транспортной логистики, необходимо расширение практики использования авиации общего назначения — малых и легкомоторных самолетов, дирижаблей.

### 1.2.3. Туристско-рекреационные кластеры

Туристский кластер — это сосредоточение в рамках одной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработ-

ма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (далее — Программа), которая является одним из действенных механизмов создания туристской инфраструктуры.

В рамках формирования туристско-рекреационных кластеров на основе научно обоснованных



кой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. Целью создания кластера является повышение конкурентоспособности территории за счет синергетического эффекта работы предприятий и организаций, стимулирования инноваций и развития новых направлений.

Создание туристского кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона. Именно поэтому кластерный подход использован при реализации федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туриз-



решений, а также с использованием механизмов государственно-частного партнерства создаются необходимые и достаточные условия для скорейшего развития туристской инфраструктуры, а также сферы сопутствующих услуг.

Развитие территориальных кластеров в России является одним из условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства.

Согласно распределению ФЦП по направлениям их реализации Программа входит в блок «Новое качество жизни», что соответствует Концепции долгосрочного социально-экономическо-

го развития Российской Федерации на период до 2020 года. Цель Программы – повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных услугах. Реализация запланированных мероприятий позволит сформировать качественно новый образ России как страны, благоприятной для туризма.

При этом планируется увеличение доли экспорта туристских услуг (по статье поездки) в общем их объеме, с 23% в 2010 году до 36% в 2020 году, а также расширение системы платных услуг, включая услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, с 203 млрд. руб. в 2010 году до 1 250 млрд. руб. к 2020 году.

Вместе с тем необходимо отметить, что в настоящее время уровень финансирования мероприятий Программы является критически низким по отношению к изначально установленным лимитам и реальной потребности отрасли, которая оценивается в среднем в 20 млрд. рублей в год. Это не позволяет полноценно включать в Программу новые инвестиционные проекты.

Объем бюджетных ассигнований был сокращен в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 18.12.2014 г. № 1407 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», а также с учетом Федерального закона от 20.04.2015 г. № 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» сейчас утвержден в сумме:

– на 2015 год – 3 784,1 млн. рублей (первоначальный объем бюджетных ассигнований был утвержден в сумме 11 600,0 млн. рублей);

– на 2016 год – 4 014,4 млн. рублей (первоначальный объем бюджетных ассигнований был утвержден в сумме 19 500,0 млн. рублей);

– на 2017 год – 4 267,4 млн. рублей (первоначальный объем бюджетных ассигнований был утвержден в сумме 28 400,0 млн. рублей);

– на 2018 год – 4 038,7 млн. рублей (первоначальный объем бюджетных ассигнований был утвержден в сумме 24 600,0 млн. рублей).

Всего на 2015-2018 годы объем бюджетных ассигнований утвержден в сумме 16 104,6 млн. рублей и составил всего 19% от уровня, запланированного ранее. (В соответствии с постановлением № 644 первоначальный общий объем бюджетных ассигнований на 2015-2018 годы был утвержден в размере 84 100,0 млн. рублей).

Изначально федеральная целевая программа имела общий объем финансирования 332 млрд. рублей, в том числе из средств федерального бюджета – 96 млрд. рублей (26,9%), из средств бюджетов субъектов Российской Федерации – 25 млрд. рублей (7,5%), из внебюджетных средств – 211 млрд. рублей (63,6%). Программа была мощным стимулом для развития регионального туризма и показала эффективность использования механизмов государственно-частного партнерства.

С начала действия Программы (2011 год) по настоящее время осуществляется реализация 35 инвестиционных проектов из 25 субъектов Российской Федерации. В рамках финансирования 2011-2015 годов Программой было предусмотрено строительство 126 объектов обеспечивающей инфраструктуры – из них 60 уже введены в эксплуатацию, и 297 объектов туристской инфраструктуры – из них уже построено 153 объекта.

К началу 2015 года Координационным советом Программы было одобрено 68 проектов туристско-рекреационных кластеров, подготовленных в 38 субъектах Российской Федерации. Однако ввиду отсутствия достаточных лимитов работа по реализации этих проектов до сих пор не начата.

С начала реализации Программы и по состоянию на 30 июня 2015 года из федерального бюджета профинансировано 12,8 млрд. рублей (освоено 8,5 млрд. рублей). Из бюджетов субъектов Российской Федерации профинансировано 3,2 млрд. рублей (освоено 1,8 млрд. рублей).

Привлечено внебюджетных источников на сумму 47 млрд. рублей (освоено 19,8 млрд. рублей).

Следует отметить, что Программа основана на принципах государственно-частного партнерства – на 1 рубль средств федерального бюджета привлекается около 3 рублей внебюджетных

#### 1.2.4. Туроператорские и турагентские компании

Туристский продукт формируется и реализуется туристскими компаниями, которые подразделяются на операторские и агентские. В сферу



Рис. 6. Туристско-рекреационные кластеры, включенные в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)»

средств. Благодаря успешной реализации некоторых мероприятий и введению объектов кластеров в эксплуатацию инвесторы других регионов, не участвующих в Программе, начали активно представлять свои проекты в профильные органы исполнительной власти в сфере туризма, которые в свою очередь в периоды проведения конкурсных отборов подавали заявки на участие в Программе.

Учитывая благоприятную ситуацию в сфере развития внутреннего и въездного туризма, необходимо пересмотреть принятые решения по сокращению бюджетного финансирования федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)».

деятельности туроператорских компаний входит формирование комплекса услуг для туристов, включающего комплектацию туров и расчет цены на них.

Реализуют туры в розницу на территории всей страны турагентства. Некоторые турфирмы совмещают функции туроператора и турагента, выступая как туроператор (компания, формирующая туристский продукт) по одному или нескольким направлениям и как турагент (компания, реализующая продукт, созданный другими туроператорами) по многим другим направлениям, для ассортимента.

В 2014 году, по данным Федеральной службы статистики, в работе туркомпаний были задействованы 45 435 человек.

Обязательным условием осуществления туроператорской деятельности является внесение

компании в Единый федеральный реестр туроператоров, который ведет Федеральное агентство по туризму. На сегодняшний день в реестре за-

ухода с рынка в прошлом году ряда крупных и средних туроператоров страховые компании отказываются страховать как финансовые гаран-

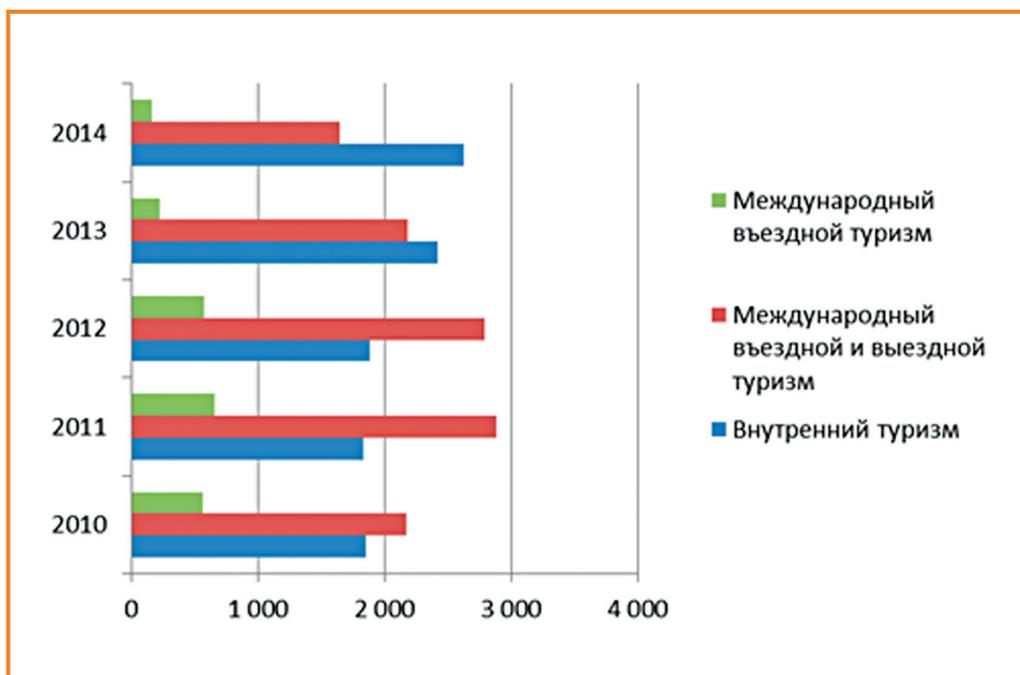


Рис. 7. Количество российских туроператоров, 2010-2014 гг.

регистрировано более 4 тысяч компаний. Порядка 3 тысяч занимаются внутренним и въездным туризмом, из них 50% — только внутренним. В сегменте туроператоров, занимающихся выездным туризмом, лидирующие позиции у компаний с иностранным капиталом.

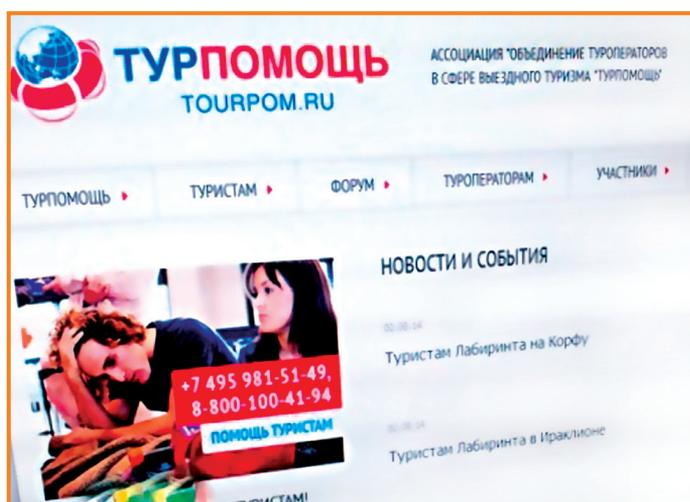
С целью защиты законных прав российских туристов был разработан механизм страхования финансовой ответственности туроператоров, который был закреплен Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Согласно закону, в случае непредоставления или неполного предоставления оплаченных услуг турист может получить компенсацию за счет страховой компании. Однако после

тии самого туроператора, так и персональный турпродукт, что, безусловно, является серьезной проблемой для туроператорского рынка.

Отдельная тема — турагентский рынок. К сожалению, никаких механизмов его государственного

регулирования пока не создано. Не известно даже точное количество турагентств. По экспертной оценке, в России данной деятельностью занимаются около 30 тысяч компаний. В отличие от туроператоров не существует реестра турагентов, что негативно

влияет на рынок. Бывают прецеденты, когда турагент, получив деньги от клиента, скрывается или некорректно приостанавливает деятельность. Таким образом, сегодняшнее законодательство не позволяет защитить в такой ситуации туристов.



Для обеспечения их законных прав необходимо создать реестр турагентских компаний, который могла бы вести одна из общественных организаций, например, Объединение туроператоров в сфере выездного туризма ассоциация «Турпомощь». Основная ее цель — оказание экстренной помощи российским туристам за рубежом в случае финансовой несостоятельности туроператора. Ассоциация хорошо зарекомендовала себя летом 2014 года, когда массово приостанавливали деятельность туроператорские компании и нужно было срочно эвакуировать россиян с зарубежных курортов. Работа ассоциации была налажена, в том числе и благодаря постоянным контактам с агентствами. Так, более 70 процентов случаев оказания экстренной помощи туристам осуществлялось через прямое взаимодействие с турагентствами.

Таким образом, был сделан первый шаг к обеспечению прозрачности рынка и создан инструмент повышения защищенности туристов. Как показала практика, консолидация рынка позволила в 2014 году за счет собственных средств бизнеса произвести эвакуацию свыше 50 тысяч туристов из-за рубежа.

Так как свыше 80% продаж осуществляется через турагентства, необходимо проводить дальнейшую работу по обеспечению прозрачности и надежности этого сегмента рынка, улучшению качества предоставляемых услуг потребителям.

Данная инициатива поддержана рядом объединений, например, Торгово-промышленной па-

латой Российской Федерации, Российским союзом туриндустрии, региональными профессиональными организациями всех федеральных округов.

Более того, туристические агентства сами готовы вместе с туроператорами разделить финансовую ответственность как полноценные участники рынка. Создание реестра турагентств фактически приведет к формированию единого и прозрачного технологического цикла от производства турпродукта до его реализации. Это позволит потребителю чувствовать себя защищенным во время организации и проведения своего отдыха, а также повысит профессионализм работников отрасли, усилит ответственность агентства перед потребителем услуг и очистит рынок от компаний-однодневок и мошенников. Важно отметить, что ведение реестра турагентств ассоциацией «Турпомощь» не потребует бюджетного финансирования.

Помимо ассоциации «Турпомощь» в Российской Федерации действуют несколько крупных объединений в сфере туризма. Самым крупным из них является Российский союз туриндустрии (РСТ), объединяющий туроператоров, турагентов, транспортные компании, объекты показа, предприятия общественного питания и др. Ассоциация туроператоров России (АТОР) объединяет крупнейших туроператоров страны.

Турагентский рынок также представлен двумя недавно созданными объединениями: Альянс туристических агентств (АТА) и Союз туристических агентств России (СТА).

## 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

### 2.1. Совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы

Основным законодательным актом, регулирующим в настоящее время туристскую деятельность, является Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон), принятый в 1996 году и, безусловно, внесший значительный вклад в формирование правовых основ современного рынка. Вместе с тем предметом регулирования в упомянутом Законе является, прежде всего, защита прав и интересов туристов, выезжающих за рубеж, что является исключительно важной, но не единственной задачей законодательства в сфере туризма. Эксперты констатируют, что положения Закона в части формирования правовых основ для развития внутреннего и въездного туризма, а также туристской индустрии носят фрагментарный и декларативный характер.

Кроме того, за 19 лет действия Закона многие его нормы, несмотря на их регулярное обновление, морально устарели. При этом смежное законодательство значительно изменилось и стало более современным. В результате возникли пробелы и противоречия, требующие согласования и гармонизации объемного массива правовых норм различного юридического толка. Таким образом, назрела необходимость внесения изменений и дополнений в сферу правового регулирования туризма с целью устранения вышеуказанных недостатков.

При внесении изменений в действующий Закон о туристской деятельности необходимо учесть следующие положения:

- 1) конституционное обеспечение и соблюдение прав граждан на туризм как совокупности прав на отдых, досуг, свободу передвижения, охрану здоровья, доступ к культурным ценностям и иных прав человека при совершении путешествий;
- 2) комплексность мер государственного регулирования;
- 3) приоритет развития внутреннего, въездного и социального туризма;
- 4) разграничение полномочий и эффективное взаимодействие в сфере туризма между органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти субъектов;
- 5) качество предоставляемых государственных и муниципальных услуг в сфере туризма;
- 6) обеспечение безопасности туризма;
- 7) доступность туристских ресурсов для населения Российской Федерации;
- 8) упрощение визовых, таможенных, пограничных и иных формальностей при одновременном повышении эффективности мер безопасности туризма;
- 9) поддержку профессионального образования и научных исследований в сфере туризма.

Совершенствование профильного законодательства будет способствовать:

- превращению сферы туризма в реальный сектор экономики и одно из важнейших направлений общественной жизни;

- повышению эффективности правового регулирования туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровне;

- приведению законодательства Российской Федерации о туристской деятельности в соответствие с наиболее эффективными международными и иностранными правовыми стандартами в данной сфере;

- созданию более эффективных правовых условий для формирования в Российской Федерации современной, конкурентоспособной туристской индустрии;

- обеспечению стабильности, предсказуемости и гибкости правового регулирования отношений в области туризма, а также укреплению законности и правопорядка на туристском рынке.

Вопрос, требующий пристального внимания, – развитие туризма на уровне муниципалитетов. В соответствии со ст. 14, 15.1 и 16.1 Федерального закона от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее – Закон) создание условий для развития туризма на территории муниципального образования не является правом органов местного самоуправления на решение вопросов, отнесенных к вопросам местного значения. Наделение полномочиями в сфере туризма указанным Законом не предусмотрено. Кроме того, механизм межбюджетных отношений, регламентированный Бюджетным кодексом Российской Федерации, разграничивает отдельно межбюджетные процессы, связанные с исполнением полномочий и осуществлением прав муниципальными органами.

Согласно ст. 16.1 Закона, обладая правом по созданию условий для развития туризма, органы местного самоуправления могут решать данные вопросы за счет доходов местных бюджетов, за исключением межбюджетных трансфертов. Вместе с тем, если речь идет о дотационных местных бюджетах, то в соответствии со ст. 136 Бюджетного кодекса Российской Федерации органы местного самоуправления не имеют права устанавливать и

исполнять расходные обязательства, не связанные с решением вопросов, отнесенных к их полномочиям. Также органам местного самоуправления не могут быть предоставлены межбюджетные трансферты в целях софинансирования расходных обязательств по вопросам развития туризма, так как такой механизм применяется только при исполнении полномочий органов местного самоуправления, определенных Законом, к которым вопросы туризма не отнесены.

Для наделения органов местного самоуправления соответствующими полномочиями необходимо внести изменения в Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» в части отнесения к вопросам местного значения мероприятий по созданию благоприятных условий для развития туризма. Это позволит местным властям осуществлять указанные полномочия за счет средств местных бюджетов, а также будет способствовать развитию внутреннего и въездного туризма на территориях муниципальных образований.

## **2.2. Совершенствование визовой, налоговой, тарифной и таможенной политики**

Увеличение въездного сегмента – одно из приоритетных направлений работы всех государств, активно развивающих туризм как экономическую отрасль. Туристская привлекательность Российской Федерации во многом зависит от проводимой государством визовой политики. Выезд из Российской Федерации и въезд в Российскую Федерацию (включая транзитный проезд через ее территорию) регулируются Конституцией Российской Федерации, международными договорами, федеральными законами, а также указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации.

Согласно Федеральному закону от 15.08.1996 г. № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Феде-

рации и въезда в Российскую Федерацию» (с изменениями и дополнениями) для въезда в страну иностранным гражданам или лицам без гражданства требуется виза, если иное не предусмотрено федеральными законами, международным договором Российской Федерации или Указами Президента Российской Федерации. Постановлением Правительства Российской Федерации от 9 июня 2003 г. № 335 (с изменениями и дополнениями) было утверждено положение об установлении формы визы, порядке и условиях ее оформления и выдачи, продлении срока действия, восстановлении в случае утраты, а также порядке аннулирования визы.

В то же время один из важнейших факторов развития въездного туризма — либерализация визового режима. По экспертным оценкам, любое упрощение визовых формальностей увеличивает турпоток на конкретном направлении как минимум на 20-30%. Так число прибытий через аэропорты московской воздушной зоны с момента отмены визовых формальностей граждан Израиля возросло в 2,1 раза, Турции — на 41%, рост прибытий из Республики Корея составил 40% только за первый год действия безвизового режима.

29 февраля 2000 года было подписано Соглашение между правительством Российской Федерации и правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках. Благодаря отмене визовых формальностей Китай занял лидирующие позиции по числу прибытий в Российскую Федерацию через московские аэропорты (376,5 тыс. и 379,4 тыс. в 2013 и 2014 годах соответственно).

В 2003 году по инициативе Губернатора Санкт-Петербурга В.И. Матвиенко и при поддержке Рос-

сийского союза туриндустрии (РСТ) и АО «Пассажирский порт Санкт-Петербург «Морской фасад» были внесены изменения в Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию». 28 августа 2003 года Правительство Российской Федерации приняло постановление № 532 «Об утверждении положения о пребывании на территории Российской Федерации иностранных граждан — пассажиров иностранных судов». В этих документах предусматривалась либерализация визового ре-

жима для иностранных граждан — пассажиров круизных судов. После упрощения визовых формальностей в 2003 году въездной поток круизных туристов в Санкт-Петербург увеличился более чем на 300 тыс. человек.

7 мая 2009 года Правительство Российской Федерации приняло постановление № 397 «О порядке пребывания на территории Российской Федерации иностранных граждан и лиц без гражданства, прибывающих в туристических целях на паромах, имеющих разрешения на пассажирские перевозки», а также утвердило Перечень портов въезда на территорию страны. Согласно постановлению участники туристической группы — граждане иностранных государств или лица без гражданства, прибывающие морским путем в ряд международных морских портов Российской Федерации, имеют право находиться на ее территории без визы в течение 72 часов в случае их проживания на борту данного судна либо в ином месте, определенном программой. В результате было открыто регулярное круглогодичное паромное сообщение между Санкт-Петербургом и Хельсинки, Стокгольмом, Таллином. Пассажиропоток в Санкт-Петербург вырос на 700 тыс. человек.



В настоящее время упрощенный визовый режим действует в следующих российских портах: Большой порт Санкт-Петербурга, Пассажирский порт Санкт-Петербурга, Выборг (Ленинградская область), Владивосток (Приморский край), Калининград (Калининградская область), Корсаков (Сахалинская область), Новороссийск (Краснодарский край), Сочи (Краснодарский край), Севастополь (Севастополь).

В связи с открытием регулярного международного сообщения Сокчо (Республика Корея) – Зарубино (Российская Федерация) – Сокчо (Республика Корея) в целях повышения туристской и инвестиционной привлекательности регионов Дальнего Востока необходимо предусмотреть возможность безвизового въезда иностранных туристов на территорию Российской Федерации на срок до 72 часов через порт Зарубино. Поэтому представляется целесообразным внести изменения в Перечень портов, через которые допускается въезд в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства, прибывающих в туристических целях на паромов, имеющих разрешения на пассажирские перевозки, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 7 мая 2009 г. № 397.

Президент Российской Федерации В.В. Путин 8 мая 2013 года подписал Указ № 484 «О порядке въезда в Российскую Федерацию и выезда из Российской Федерации иностранных граждан и лиц без гражданства в связи с проведением международных спортивных соревнований». В соответствии с этим документом въезд иностранных участников на соревнования, перечень которых определяется Правительством Российской Федерации, осуществляется на основе документов, удостоверяющих личность, и аккредитационного удостоверения, выданного организатором международного соревнования. Новый порядок применялся при проведении Универсиады в Казани, чемпионата мира по легкой атлетике в Москве. Упрощенный визовый режим был введен на XXII Олимпийских зимних играх в Сочи в 2014 году.

Упрощение процедуры получения российской визы для иностранных туристов может стать действенным элементом контрсанкций, равно как и средством привлечения дополнительных доходов в бюджеты разных уровней.

Кстати, в настоящее время безвизовый режим с Россией имеют 70 стран, в их числе Бразилия, Черногория, Турция, Сербия, Израиль, Республика Корея и др. Еще 44 страны предоставляют нашим гражданам возможности облегченного визового режима (по прибытии в аэропорту и т.п.). В свою очередь безвизовый въезд в Российскую Федерацию ограничен 28 странами.

В целях дальнейшей либерализации визового режима и увеличения объемов въездного туризма в Российскую Федерацию рекомендуется:

- ускорить принятие законопроекта «О внесении изменений в статью 25.11 Федерального закона «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию», предусматривающего возможность 72-часового безвизового пребывания в России для граждан стран, безопасных с точки зрения нелегальной трудовой миграции и въезжающих через международные аэропорты;
- разрешить пребывание в течение 5-10 дней без визы участникам крупных международных культурных, спортивных, деловых и событийных мероприятий (по утвержденному Правительством Российской Федерации списку);
- упростить визовый режим въезда в Россию с туристскими целями для граждан экономически развитых стран, генерирующих основные международные турпотоки и не представляющих угрозы с точки зрения нелегальной трудовой миграции (предлагается введение электронной формы подачи документов, упрощение анкет (доходы), введение аккредитованных турфирм с возможностью подачи документов без визовых центров, групповые визы);
- отсрочить в период непростой экономической ситуации введение требования личного присутствия туристов и сканирования отпечатков

пальцев для получения российской визы гражданами европейских государств;

- расширить практику применения группового безвизового обмена с развивающимися странами по аналогии с тем, как этот процесс организован сегодня в рамках реализации Соглашения от 29 февраля 2000 года между правительством Российской Федерации и правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках (данный механизм при соблюдении визовых формальностей позволяет четко отделять организованные туристские и иные миграционные потоки на основе отлаженной системы взаимодействия подразделений пограничной службы, туроператоров и органов управления в туризме);

- расширить Перечень портов, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 7 мая 2009 г. № 397, через которые допускается въезд в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства, прибывающих в туристских целях на паромах, имеющих разрешения на пассажирские перевозки, и круизных морских судах;

- применить практику введения электронных виз для определенных категорий туристов из определенных стран с целью упрощения порядка оформления и увеличения въездного потока;

- сократить сроки оформления виз (до 5 дней), снять избыточные требования к заполнению визовой анкеты;

- увеличить практику выдачи многоразовых и долгосрочных виз.

В части налоговой и таможенной политики государство последовательно оптимизирует формы стимулирующего воздействия на развитие туристской индустрии. В Алтайском крае, Республике Алтай, Республике Бурятия и некоторых других регионах страны созданы особые экономические зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) с собственным режимом ведения предпринимательской и иной деятельности, включая льготное налогообложение и применение процедур сво-

бодной таможенной зоны. Деятельность ОЭЗ ТРТ регулируется Министерством экономического развития Российской Федерации.

В ряде регионов страны, например, в Нижегородской области, Республике Марий Эл и некоторых других субъектах, есть положительный опыт введения льготного налогообложения в сфере туризма. В соответствии с Законом Санкт-Петербурга от 12.07.2012 № 401-71 операторы морских терминалов по обслуживанию круизных и паромных судов освобождены от уплаты налога на имущество. В соответствии с Законом Краснодарского края от 26 ноября 2003 г. № 620-КЗ «О налоге на имущество организаций» (с изменениями от 6 апреля 2015 г. № 3160-КЗ) налоговая ставка в размере 0% устанавливается в отношении олимпийских спортивных объектов и объектов, обеспечивающих их функционирование, а также в отношении гостиничных комплексов, построенных в соответствии с Программой строительства олимпийских объектов и развития города Сочи как горноклиматического курорта, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2007 г. № 991. Эти преимущества имеют особое значение для преодоления кризисных явлений на туристском рынке страны и в условиях общего сокращения инвестиций в инфраструктуру и экономику.

В целях увеличения внутреннего туристского потока и повышения инвестиционной привлекательности данной отрасли в Российской Федерации рекомендуются следующие меры по налоговым преференциям:

1. Применить понижающую ставку налога на имущество организаций и земельного налога для гостиниц по субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям. Речь идет о региональном и местном налогах. С учетом перехода на кадастровую оценку недвижимого имущества последствия применения безльготной системы налогообложения могут оказаться критическими, поскольку существование санаториев без прилегающей курортной территории в значительной

степени лишается смысла. В настоящий момент основу мировой курортной индустрии составляют гостиницы с территорией не менее нескольких гектаров, включающей парковые и пляжные зоны. Если не учесть эти особенности функционирования индустрии гостеприимства курортных и загородных дестинаций, создание и функционирование современных курортов в России окажется под большим вопросом с точки зрения эффективности капитальных вложений.

2. Распространить на турагентства и предприятия индустрии гостеприимства, относящиеся к категории микробизнеса, возможности использования упрощенной системы налогообложения на основе патента.

3. Освободить от налогообложения (исключить из налогооблагаемой базы) затраты на турпутевки внутри страны и ввести налоговый вычет на приобретение турпутевок по внутреннему туризму для социальных групп населения, включая людей с ограниченными возможностями.

4. Отменить ввозные таможенные пошлины на круизные морские суда. Выход в морские районы России позволит восстановить ранее популярные круизные маршруты в Черном и Азовском морях, создать новые направления в Каспийском море, в Арктическом регионе, на Дальнем Востоке. Это будет способствовать связанности российской территории.

В целях привлечения иностранных туристов в страну и стимулирования их к приобретению товаров в России предлагается разработать комплекс мер, направленных на формирование комфортной туристской среды.

Тарифная политика является одним из важнейших рычагов развития туристской индустрии. От ее эффективности, справедливости зависит конкурентоспособность отечественного туристского продукта и выживаемость предприятий отрасли в кризисных условиях. На подъеме внутреннего туризма транспортные компании в значительной степени переориентируют маршрутную сеть на российский рынок. Доля транспортных расходов

в общей стоимости туристского пакета достигает сегодня 70%, несовершенство действующей транспортной сети является наиболее серьезным сдерживающим фактором в развитии внутреннего туризма. Главной проблемой остаются высокие тарифы на внутренние перевозки (авиа-, ж/д, водный транспорт).

Транспортные, в частности, авиакомпании, в свою очередь, сталкиваются с серьезными проблемами, связанными с ростом убыточных внутренних перевозок при сокращении прибыльных международных. В январе-феврале 2015 года внутренние перевозки возросли на 12,4% — до 6,14 млн. человек, международные упали на 14,5% — до 4,88 млн. человек. По данным Российской ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ), в 2014 году общий убыток российской авиации вырос примерно до 30 млрд. рублей. (4,7 млрд. рублей в 2013 году).

В настоящее время внутренние воздушные перевозки пассажиров и багажа облагаются НДС по ставке в размере 18%, за исключением авиаперевозок в Крым и из Крыма. По оценкам АЭВТ, НДС на перевозки на внутренних линиях обходится авиакомпаниям в 40-45 млрд. рублей в год, а с международных перевозок этот налог не берется.

Для поддержки внутреннего авиарынка Правительство Российской Федерации внесло в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации предложение о снижении с 18 до 10% ставки налога на добавленную стоимость по внутренним воздушным перевозкам пассажиров и багажа. Внутренние авиаперевозки облагаются по налоговой ставке 10% с 1 июля 2015 года до 31 декабря 2017 года.

Однако стоит отметить, что уменьшение финансовой нагрузки в размере 8-процентного снижения налога не окажет значительной поддержки авиакомпаниям, поскольку из-за разницы курсов валют расходы покрываться не будут — 30% всех платежей перевозчиков осуществляется именно в валюте. Принятая мера позволит лишь незначительно замедлить рост цен на авиабилеты.

С учетом вышесказанного рекомендуется ввести следующие меры государственной поддержки:

- снижение тарифов на пассажирские внутренние перевозки с учетом падения цен на энергоносители;

- расширение практики дотирования пассажирских перевозок для льготных категорий граждан и жителей отдаленных районов страны (в том числе и в эти регионы);

- продление снижения налоговой ставки после 2017 года;

- использование бюджетных авиаперевозок (лоукостеров);

- расширение практики системы «Открытого неба».

Эти меры позволят на 6-7% снизить себестоимость внутренних перелетов на некоторых направлениях и сдержат резкий рост цен на авиабилеты.

Как уже отмечалось в разделе, посвященном транспортной инфраструктуре и логистике, предлагается рассмотреть вопрос о совершенствовании механизма субсидирования авиаперевозок пассажиров на территории Дальнего Востока путем снятия ограничений по возрасту пассажиров, сезону субсидирования и перечню субсидируемых маршрутов. Одним из компромиссных вариантов может стать право льготного авиаперелета жителей Российской Федерации на курорты Краснодарского края, в частности, в Сочи и Кавказские Минеральные Воды, которым они могут воспользоваться один раз в три года. Кроме того, предлагается включить в категорию лиц, имеющих право на льготный перелет авиационным транспортом на Дальний Восток и обратно, граждан, следующих к месту отдыха в составе организованных туристских групп.

Крайне важен вопрос введения доступных тарифов на авиа- и железнодорожные перевоз-

ки для организованных групп детей. В прошлые годы предоставлялись сезонные скидки в период с 1 октября по 30 апреля на авиа- и железнодорожные билеты для детских групп. Однако позже они были отменены. В результате туристские организации вынуждены были отказываться от организации отдыха, в частности, в Артеке (стоимость путевки в 2014 году составляла от 65 до 90 тысяч

рублей на ребенка), а также от отправки экскурсионных детских групп в Москву, Санкт-Петербург, на Байкал и в другие регионы, так как транспортная составляющая в цене турпродукта весьма высока.

Еще одной мерой государственной под-

держки детского отдыха может стать создание и введение единого российского детского сертификата на каждого ребенка в возрасте от 11 до 17 лет, дающего право на путешествия в составе школьной и любой другой детской экскурсионной группы или на приобретение путевки в детский лагерь. Стоимость сертификата оценивается в 10-15 тысяч рублей.

### 2.3. Формирование современной системы статистики

Оценка состояния и прогноз развития туристского комплекса невозможны без применения современных систем статистического учета, позволяющих принимать правильные управленческие решения. При этом сбор, анализ и предоставление данных должны удовлетворять потребности органов управления, профессионалов, исследователей и общества в целом в актуальной, точной, полной, согласованной и доступной информации.

В федеральной целевой программе «Развитие государственной статистики России в 2007-



2011 гг.» была сформулирована цель, актуальная и сегодня: — построение на систематической основе сателлитных счетов туризма, являющихся действенным инструментом определения его экономического мультипликативного эффекта. Для достижения поставленной цели предполагалось, во-первых, разработать систему статистических показателей, обеспечивающих комплексную характеристику развития сферы туризма, а также рекомендации по их внедрению в статистическую практику. Во-вторых, заложить методологические основы статистических наблюдений в сфере туризма в соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации.

Итогом реализации программы в части статистики туризма стало создание на основе международных стандартов статистических инструментариев различного рода статистических обследований (бланки обследований, указания по их заполнению, методологические рекомендации по проведению таких обследований). В 2008-2010 годах была проведена серия пилотных статистических обследований гостей коллективных средств размещения, посетителей туристских объектов, а также иностранных туристов на границе. Они позволили отработать технологию проведения туристских обследований и механизм распространения их итогов на генеральную совокупность, необходимую для перехода в дальнейшем на организацию регулярных статистических обследований в сфере туризма. Приказом Росстата от 24 августа 2012 г. № 465 были утверждены Методологические положения о проведении статистических туристских обследований. Также приказом Росстата от 12 августа 2014 г. № 510 была создана официальная статистическая методология оценки числа въездных и выездных туристских поездок на основе методических рекомендаций ЮНВТО.

При сравнении числа въездных и выездных туристских поездок за 2013 и 2014 годы по новой методологии был установлен многократный недоучет объемов международных туристских потоков в Российской Федерации. В отношении выездных

туристских поездок различия составляли трехкратную величину, а въездных поездок — почти десятикратную.

В настоящее время основными источниками информации статистики в туризме является федеральная статистическая отчетность по формам: № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы», № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» (квартальная), № 1-КСР (краткая) «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» (квартальная), № 1-ДА (услуги) «Обследование деловой активности в сфере услуг» (квартальная), а также форма № 1-ИНТ (спец) «Сведения о количестве иностранных граждан, посетивших Россию, и граждан России, выехавших за границу» (квартальная).

Частичное представление о валовом накоплении основного капитала и значении данного показателя для туристской индустрии дает сведения отраслевых статистик об инвестициях и вводе в эксплуатацию объектов туристской инфраструктуры (гостиницы, прочие средства для временного проживания и др.).

Экспорт и импорт туристских услуг отражаются в платежном балансе страны по статье «Поездки». Эти показатели дают самое общее представление о движении денежной массы, связанной с внешней торговлей туристскими услугами, поскольку статистическому учету подлежат все трансграничные поездки без вычленения туристских и экскурсионных.

В целом, по мнению специалистов, статистика туризма в России описывается рядом разрозненных показателей, преимущественно нестоимостных, которые разбросаны по разным отраслевым статистикам. Статистика туризма не имеет единой методологической и организационной основы, обеспечивающей ее гармонизацию с международными стандартами.

Параллельно идет процесс формирования вспомогательного счета туризма как ядра его статистики. Минкультуры России совместно с Рос-

туризмом и Росстатом приступило к разработке системы оценки роли туризма в макроэкономических показателях страны с учетом мультипликативного эффекта. Были разработаны:

- структура потребительской корзины туристов, которая в дальнейшем была уточнена и гармонизирована с международными стандартами внутреннего туристского потребления;

- состав собирательной группировки «Туризм» на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) и Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД), приведенный в соответствие с Международной стандартной отраслевой классификацией всех видов экономической деятельности (ISIC Rev 4) и Международной классификацией основных продуктов (CPC Ver 4);

- методические рекомендации по оценке вклада туризма в экономику субъектов Российской Федерации и предложения по изменениям и дополнениям в формы государственной статистической отчетности для обеспечения предлагаемых расчетов;

- макеты базовых таблиц вспомогательных счетов туризма, адаптированных к национальной системе статистических понятий и определений;

- состав показателей, которые можно получить из форм федерального статистического наблюдения, для заполнения базовых таблиц вспомогательного счета туризма;

- состав и основные характеристики выборочных обследований для получения показателей, необходимых для заполнения базовых таблиц вспомогательного счета туризма, но не содержащихся в формах федерального статистического наблюдения.

Эти исследования были направлены на достижение конечной цели – создание методической и информационной базы вспомогательного счета туризма в Российской Федерации как важнейшего синтетического раздела и вершины всей системы статистики туризма. Однако до сих пор оценить реальный вклад туризма в экономику с учетом

показателей смежных отраслей, вовлеченных в создание туристского продукта (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, торговля, связь, страхование, изготовление сувенирной продукции и пр.), не представляется возможным.

Формирование современной системы статистики туризма предполагает решение следующих задач:

- обеспечение финансирования статистических обследований в российских регионах согласно разработанным на федеральном уровне методическим рекомендациям по оценке вклада туризма в экономику;

- разработку поэтапного плана внедрения в пилотных регионах вспомогательных счетов туризма в соответствии с Международными рекомендациями по статистике туризма, разработанными ЮНВТО.

Кроме того, для разработки достоверных прогнозов в сегменте гостиничного бизнеса и увеличения точности планирования текущей деятельности гостиниц предлагается оставить в квартальной форме федерального статистического наблюдения № 1-КСР (краткая) «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» информацию по доходам отдельно «от продажи номеров» и «от дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость номера». Это позволит определять среднюю стоимость гостиничного номера по рынку и отслеживать динамику ее изменения.

## **2.4. Повышение уровня сервиса. Сертификация, стандартизация, классификация объектов туриндустрии**

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года отмечается, что с учетом накопленного значительного опыта активно путешествующими по миру российскими и иностранными туристами отечественным отраслевым организациям приходится иметь дело с требовательным потребителем. Среди важнейших задач современного развития этой отрасли в

России — повышение качества обслуживания туристов. Ключевым фактором, формирующим понятие качества, является наиболее полное удовлетворение потребностей гостей.

Международная и отечественная практика свидетельствует, что существует несколько направлений, призванных решать проблемы создания качественных услуг:

1. Стандартизация услуг — разработка международных, национальных, отраслевых стандартов и стандартов конкретных предприятий, а также технологий организации и предоставления услуг.

2. Сертификация услуг — оценка соответствия услуг техническим регламентам, договорам и стандартам.

3. Соблюдение параметров комфортности услуг, т.е. совокупности их свойств и характеристик, соответствующих принципам эстетического, экономического, бытового, информационного, психологического комфорта.

Классификация объектов туристической индустрии включает в себя гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи. Действующая в настоящий момент система классификации гостиничных предприятий основывается на Приказе Министерства культуры Российской Федерации от 3 декабря 2012 г. № 1488 «Об утверждении порядка классификации объектов туристической индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы



и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями», зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 15 мая 2013 г. № 28400.

Система классификации гостиничных предприятий предусматривает точное описание требований и норм, в соответствии с которыми им присваивается или подтверждается та или иная

категория. Наличие «звезд» гарантирует гостю получение определенных услуг, удобств и сервиса. Ключевым органом классификации являются аккредитованные организации, которые принимают и рассматривают заявления и документы

от объектов, проводят оценку их соответствия требованиям системы, принимают решение о присвоении определенной категории. Классификации объектов туристической индустрии отведена функ-

ция консолидатора информации об аккредитованных организациях, отелях, прошедших необходимую процедуру, а также об аттестованных экспертах. При этом на сегодняшний момент отсутствует как Единый федеральный реестр орга-

нов по аккредитации, уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, так и единый перечень объектов туристической индустрии, прошедших классификацию. Существенным минусом являются также непрозрачный порядок присвоения квалификации эксперта и выдача свидетельств.

В соответствии с Федеральным законом от 07.06.2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г., Кубка конфедераций FIFA 2017 г. и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» процедура классификации носит обязательный характер в городах-участниках Чемпионата.

Стоит отметить, что опыт в этой сфере имеется. Обязательная классификация гостиниц и аналогичных средств размещения, принимающих участников и гостей XXII Олимпийских зимних игр в Сочи в 2014 году, была проведена в соответствии с Федеральным законом от 30.07.2010 г. № 242-ФЗ «О внесении изменения в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с организацией и проведением XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр-2014 в г. Сочи и развитием г. Сочи как горноклиматического курорта». Средства размещения, прошедшие классификацию, вошли в олимпийский реестр. На январь 2015 года прошли обязательную классификацию и получили категории 1289 отелей Краснодарского края, предлагающих суммарно 87 940 номеров.

Однако сегодня с процедурой классификации связана следующая проблема: для отдельных субъектов Российской Федерации классификация является обязательной, а для других – добровольной процедурой, соответственно, это характеризует неравноправность нормативной базы работы гостиничных предприятий.

Необходимо введение обязательной классификации гостиниц в Российской Федерации, что приведет к упорядочиванию ситуации на рынке.

Также с целью формирования прозрачного гостиничного продукта необходима государственная поддержка по стимулированию гостиниц в прохождении классификации, а именно: пониженные налоговые платежи в бюджет; представление гостиничных объектов на международных выставках; регулирование взаимоотношений с различными системами бронирования в пользу гостиниц, про-

шедших государственную классификацию в части понижения комиссионных вознаграждений, и т. п.

В целях повышения степени доверия российских потребителей к товарам и услугам индустрии туризма, поддержки отечественного предпринимательства в этой сфере предлагается посредством вовлечения общественных организаций, мониторинга мнения потребителей, а также сторонних независимых наблюдателей и рейтингов присуждать знак общественного признания и присваивать сертификацию качества предприятиям.

В то же время решающее значение имеют вопросы стандартизации. После вступления в силу Федерального закона № 184 «О техническом регулировании» с 1 июля 2003 года утратили силу Закон Российской Федерации № 5151-1 от 10.06.1993 г. «О сертификации продукции и услуг» и Закон Российской Федерации от 10.06.1993 г. № 5154-1 «О стандартизации», а также соответствующие положения закона о туризме, другие нормативные правовые акты и документы, предусматривающие обязательную сертификацию туристских услуг.

Национальные и международные стандарты могут использоваться в качестве основы для разработки технических регламентов и содействия соблюдению их требований. За последние 10 лет Технический комитет по метрологии и стандартизации разработал более 20 нормативных документов, определяющих правила предоставления услуг.

Закон «О техническом регулировании» практически не решил вопрос о юридической силе правил стандартизации. В нем оговорена добровольность применения стандартов, но не других документов в этой области, указанных в ст. 13 закона. Если хозяйствующий субъект добровольно принял решение о применении национального стандарта, то правила его применения становятся для него обязательными. При этом закон не содержит прямой нормы об органе, уполномоченном утверждать правила стандартизации. Представляется, что этим органом является национальный орган по стандартизации.

Эффективными средствами обеспечения качества и безопасности услуг в сфере туризма являются стандартизация и классификация объектов туристского комплекса, которые в соответствии со ст. 4, 5 ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности» являются одним из способов государственного регулирования туристской деятельности.

Важное значение имеет и вопрос сертификации услуг. Категории «безопасность» и «качество»

тесно связаны между собой. Без соблюдения требований по безопасности туристской деятельности не может быть надлежащим образом обеспечено качество услуг. В то же время приверженность высоким стандартам качества и контроль качества

процессов оказания услуг служат надежной гарантией их безопасности. Как показывает практика, туроператоры, туристские агентства, гостиничные предприятия, имеющие различные сертификаты, пользуются большим доверием как у потенциальных клиентов, так и у зарубежных партнеров.

Особым уважением среди потребителей и производителей услуг предприятий туристской сферы пользуется международный сертификат ISO 9001, который свидетельствует об эффективной системе управления. Предприятия могут осуществлять сертификацию прямо по международному стандарту ISO 14001 или по аутентичному национальному стандарту.

Сертификация услуг в России, как и в любой стране мира, является общепринятым механизмом регулирования отношений в области обеспечения безопасности. Поэтому предлагается ввести обязательную сертификацию услуг предприятий туристского комплекса, что связано с высокой долей средств размещения «без категории». В настоящее время в Российской Федерации отсутствует четкое

понимание категорий номерного фонда гостиничных предприятий. В результате политики добровольной сертификации услуг для облегчения работы малого бизнеса количество проверок гостиниц уменьшилось, а штрафы многочисленных проверяющих структур увеличились. Результаты классификации гостиничных предприятий оказались не столь эффективными, как ожидалось. В настоящее время классифицировано лишь 10% гостиничных

предприятий России в ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (вступит в силу с 01.01.2016 г.). Категории номерного фонда не приведены полностью в соответствии с рекомендациями ЮНВТО. Необходимо

сопряжение позиций государственных стандартов с разработками Всемирной туристской организации и критериями проводимой сертификации услуг туристского комплекса.

В новых экономических реалиях основные тенденции рынка туристских услуг на предстоящие годы связаны с возрастающим потоком из Азиатско-Тихоокеанского региона (Китай, Южная Корея). В связи с этим необходимо работать над созданием комфортной информационной среды для туристов и обеспечению их безопасности. Гостиницы ряда субъектов Российской Федерации приступили к реализации программы «Чайна Френдли» (China Friendly) по созданию комфортной среды для туристов из Китая. Для них информация на сайтах гостиниц дублируется на китайском языке, обеспечивается доступ к бесплатной сети Wi-Fi, работают терминалы POS-оплаты China Union Pay, круглосуточно предоставляется кипячая вода необходимой температуры, гостиничные номера оснащаются электрическими розетками, соответствующими китайским стандартам.



В последние годы активное развитие в некоторых российских регионах, например, в Бурятии, Алтайском крае, получил сельский туризм на базе гостевых домов в небольших населенных пунктах. В ряд региональных законодательных актов были внесены соответствующие поправки, касающиеся понятия «сельского туризма», «гостевого дома». Однако в действующих федеральных нормативно-правовых актах, регулирующих деятельность в сфере туризма, отсутствует понятие «сельский туризм». В региональной практике для обозначения рассматриваемого вида туристской деятельности широко применяются следующие понятия: «агротуризм», «зеленый туризм», «фермерский туризм», «деревенский туризм» и др. Учитывая, что основным средством размещения в сельской местности все же являются гостевые дома, а в п. 3.3 Национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» указаны только «гостевые комнаты, шале, бунгало, стационарные фургоны», предлагается внести в ГОСТ понятие «гостевой дом», «хостел» как категории средств размещения туристов.

Для повышения качества сервиса на предприятиях туристского комплекса предлагаются следующие меры:

1. В системе классификации гостиничных предприятий: сделать необходимой процедуру классификации для всех гостиничных предприятий и аналогичных средств размещения; создать Единый федеральный реестр классифицированных средств размещения; создать Единый федеральный реестр органов, осуществляющих сертификацию гостиничных предприятий.

2. В системе стандартизации: провести мониторинг и необходимые мероприятия по усовершенствованию реализуемых национальных стандартов; обязать гостиничные предприятия и аналогичные средства размещения придерживаться их требований.

3. В системе сертификации: сделать процедуру сертификации услуг предприятий туристского

комплекса обязательной; в качестве критериев сертификации определить основные позиции национальных государственных стандартов.

## **2.5. Улучшение кадрового обеспечения. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров**

Структура подготовки кадров для индустрии туризма в Российской Федерации складывалась стихийно, исходя из потребностей отрасли в период перехода страны к рыночной экономике. Однако на протяжении последних 20 лет ведется работа по разработке и внедрению системы непрерывного профессионального туристского образования. В 90-е годы появились первые образовательные стандарты (ГОСы) для средних и высших учебных заведений в сфере туризма и гостеприимства. В рамках реализации проекта ЕС/ТАСИС в 1997-1999 годах были впервые разработаны квалификационные требования к основным должностям работников туристской индустрии, нашедшие отражение в новых вариантах ГОСов. В 2004 году был утвержден экспериментальный стандарт высшего профессионального образования по специальности 230080 «Туризм». В течение нескольких последующих лет ГОСы по данным специальностям менялись и дорабатывались: были созданы образовательные стандарты второго поколения, а затем и третьего.

Система профессионального туристского образования развивается в соответствии с положениями Конституции Российской Федерации, Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступившего в силу с 01.09.2013 г., Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования на 2013-2020 гг.» и иных нормативных правовых актов. Она призвана обеспечивать последовательное, качествен-

ное и непрерывное развитие профессиональных и личностных качеств человека — от школьного до взрослого уровней в различных формах дополнительного образования, в том числе и в процессе самообразования.

Согласно положениям Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» устанавливаются следующие уровни профессионального образования:

- среднее профессиональное образование;
- высшее образование — бакалавриат;
- высшее образование — специалитет, магистратура;
- высшее образование — подготовка кадров высшей квалификации.

В целях реализации основных принципов государственной политики в сфере образования предлагается создать единую систему научно-кадрового сопровождения развития туристской деятельности в Российской Федерации на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

По различным оценкам, в мире в сфере туризма без учета мультипликативного эффекта занято около 240 млн. человек, это показатели прямой занятости. В то же время, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в Российской Федерации занятость в сфере туризма составляет 1,4% (967 000 рабочих мест). Объективная оценка основных показателей рынка труда в туризме затрудняется из-за отсутствия достоверной и оперативной статистики, высокой динамики и мобильности этого сегмента, а также несоответствия отечественных и рекомендуемых ЮНВТО национальных счетов и определений.

На сегодняшний день туристский комплекс испытывает острую нехватку профессиональных кадров. При значительном количестве занятых в отрасли в среднем по стране только 30% представителей региональных туристских администраций имеют профильное образование, а по предприятиям туристского комплекса (за исключением гостиничных предприятий, проходящих классификацию) практически не ведется учет сотрудников,

имеющих профильное образование или прошедших профессиональную переподготовку. На основе экспертных оценок только 10% работников трудятся по специальности.

Подготовку по направлениям 100400 «Туризм», 100100 «Сервис», 101100 «Гостиничное дело», 034600 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» реализуют 264 учреждения среднего профессионального образования и 720 учреждений высшего образования (в 2013 году было 585 вузов).

При этом, по данным службы занятости Москвы, только 15% вакансий в индустрии туризма касаются лиц, имеющих высшее профессиональное образование. Значительное количество выпускников вузов вынуждено покинуть туристский бизнес или работать на должностях, где не требуется высшее образование. То есть существует дисбаланс между требуемым количеством таких специалистов и спросом на них на рынке труда. В то же время на предприятиях туристского комплекса более 60% составляет линейный персонал. Однако, по данным Российского союза туриндустрии, средние образовательные учреждения выпускают лишь 20% таких специалистов. Серьезной проблемой является несоответствие качества подготовки выпускников учебных заведений ожиданиям работодателей, и это отмечалось в заключении Учебно-методического объединения по образованию в области сервиса и туризма. Проблемы — в отсутствии практических навыков и умений у выпускников для конкретной профессиональной деятельности, академичности образовательных программ, соответствующей материально-технической базы с учетом профиля подготовки и т.д. По данным Роспотребнадзора, доля преподавателей с ученой степенью в профессиональных образовательных учреждениях, готовящих кадры для туристской индустрии, составляет всего 30%. При этом значительная часть специалистов не является профильной для индустрии туризма.

Тем временем переподготовка и повышение квалификации стали пользоваться спросом и активно развиваться. Ежегодно в развитых европей-

ских странах около 60-70% трудового населения осваивают программы дополнительного профессионального образования. В Российской Федерации эта цифра пока не превышает 23%. Хотя в сфере дополнительного образования задействованы практически все вузы страны и самостоятельные образовательные центры, однако есть вероятность, что ситуация изменится, поскольку в условиях нестабильности туристского рынка появляется все больше желающих инвестировать «в себя» для повышения личной конкурентоспособности путем получения новых компетенций. Ценность дополнительного образования для сотрудников туристского комплекса состоит в том, что оно вариативно, максимально приближено к требованиям жизни и в большинстве случаев непродолжительно.

В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» в структуре дополнительного профессионального образования преобладают программы повышения квалификации (от 16 часов) и программы профессиональной переподготовки (от 250 часов).

Вместе с тем анализ программ дополнительного профессионального образования в сфере туризма выявил значительное разнообразие их формы и содержания. В связи с этим необходимо усилить над ними контроль путем внедрения системы общественной аккредитации. Улучшение кадрового обеспечения предприятий отрасли возможно путем внедрения системы переподготовки и повышения квалификации специалистов туристских администраций разного уровня, работников коммерческих предприятий.

Таким образом, профильным образовательным учреждениям необходимо обратить особое внимание на подготовку линейного персонала

для предприятий индустрии, увеличив количество практических занятий, и координировать свою деятельность с федеральными и региональными органами исполнительной власти в сфере туризма.

## 2.6. Создание благоприятного инвестиционного климата

В стратегиях развития субъектов Российской Федерации большое внимание уделяется туризму как одной из важнейших отраслей. При сравнительно небольших капиталовложениях можно обеспечить рентабельное использование и воспроизводство местных ресурсов. Туризм обладает значительным мультипликативным эффектом, который проявляется в прямом, косвенном и индуцированном влиянии на экономику. Он способствует росту многих смежных отраслей. Прежде всего, торговли, транспорта, строительства, производства товаров народного потребления, сельского хозяйства.

Однако для поступательного развития туризма в регионах необходимы инвестиционные вложения. В данный момент четко проанализировать инвестиционную активность проблематично, поскольку она рассчитывается по основным видам деятельности, в которых туризм не выделяется отдельной статьей. Другая проблема, не позволяющая провести объективную оценку этой составляющей, – отсутствие единой информационной базы, в том числе статистического характера, позволяющей потенциальным инвесторам получить нужные сведения. Вложения по стране неравномерны: около 80% всех инвестиций в развитие гостиниц на протяжении последних 10 лет направляется в Краснодарский край, Москву и Санкт-Петербург.

Координацию деятельности в вопросах привлечения инвестиций в сферу туризма сегодня детально не осуществляет ни одно из существующих ведомств, хотя в современных условиях информация о строительстве и вводе в эксплуатацию туристских объектов требует упорядочения и специализированного подхода. Однако многое

зависит и от «территориального маркетинга», направленного на создание конкурентных преимуществ региона.

Для создания условий привлечения инвестиций в туристическую отрасль субъектов необходимы:

- активность местных властей в области рекламно-информационной деятельности;
- эффективная административная, финансовая и налоговая политика (льготы, субсидирование процентных ставок по кредитам) как муниципальных, так и государственных властей, поощряющая частную инвестиционную инициативу;
- эффективная антимонопольная и антикриминальная политика, направленная на поддержание здоровой конкурентной среды туристских предприятий.

Как уже отмечалось в предыдущих разделах, для повышения привлекательности территории большое значение имеет создание туристско-рекреационных кластеров. С их помощью можно снизить себестоимость туристских продуктов, улучшить их качество и в итоге повысить эффективность инвестиционных вложений. Основным инструментом по привлечению инвестиций в туристскую сферу является федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)», в рамках которой внебюджетные средства привлекаются именно на создание кластеров. При этом государство выступает определенным гарантом частных вложений, тем самым повышается инвестиционная привлекательность субъектов Российской Федерации.

Еще одной мерой улучшения инвестиционного климата регионов видится формирование «банка» территорий с развитой инженерной инфраструктурой. Пока же в большинстве случаев предлагаемые инвесторам площадки инженерно не обустроены. Финансовые средства из областного и местных бюджетов на данные мероприятия практически не выделяются.

В числе факторов, сдерживающих инвестиции в туристскую инфраструктуру, стоит выделить и

отсутствие права собственности у хозяйствующих субъектов на объекты недвижимости, находящиеся на участках лесного фонда. Как следствие – невозможность привлечения кредитных ресурсов под залог данной недвижимости. Кроме того, важным инструментом повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности объектов туристского комплекса в регионах является наличие достоверной и прозрачной системы государственной кадастровой оценки. Сейчас ее созданию препятствует отсутствие единой методологии массовой кадастровой оценки, а также низкий уровень ответственности участников процесса за результаты.

В связи с этим представляется целесообразным внести в законодательство изменения, предусматривающие порядок проведения государственной кадастровой оценки объектов недвижимости специализированными бюджетными учреждениями субъектов Российской Федерации.

## 2.7. Поддержка малого и среднего бизнеса

В целом в экономике Российской Федерации на малый и средний бизнес приходится около 25% от общего объема оборота продукции и услуг. Доля этого сектора в ВВП России занимает 20-21%. Однако уровень обеспеченности малых и средних предприятий основными средствами остается низким. Они владеют только 5-6% от общего объема основных средств и формируют около 6% от общего объема инвестиций в основной капитал.

На фоне незначительных показателей развития самого малого и среднего бизнеса значимость туристского комплекса еще меньше. Точную его долю оценить крайне сложно в силу особенностей статистического учета и широкой специфики отрасли. Тем не менее, несмотря на значительное количество сфер, развитие которых мультипликативно связано с туризмом, доля собственно организаций туристского комплекса в малом и сред-

нем предпринимательстве составляет 7-8% как по общему количеству предприятий, так по занятости и объему оборота. Очевидно, что развитие туризма должно обеспечиваться предприятиями малого и среднего бизнеса, способствующими социально-экономическому развитию территорий и особенно моногородов, малых городов и сельских поселений. Поддержка данных субъектов экономической деятельности крайне актуальна, особенно в период экономической нестабильности.

В Российской Федерации сформирована многоканальная система государственной и муниципальной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства с широким набором инструментов. Создаются бизнес-инкубаторы и технопарки, предоставляются гранты для открытия собственного дела, микрозаймы и гарантии по кредитам, оказывается информационно-консультационная поддержка предпринимателям. Однако большинство из проработанных и законодательно закрепленных мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства не учитывают специфику развития туристского комплекса. Вместе с тем отсутствует скоординированная политика по отношению к сектору малого и среднего предпринимательства. Это снижает эффективность существующих мер.

Одной из значимых мер содействию развития малого и среднего предпринимательства как в целом, так и в сфере развития туризма является работа по устранению административных барьеров и препятствий. При этом бездействие органов исполнительной власти и местного самоуправления также можно расценивать как административный барьер. Часто малый и средний бизнес сталкивается с проблемой несоответствия законодательства и подзаконных актов, которые принимаются в ведомствах. Многие нормы содержат противоречивые требования и действуют взаимоисключающим образом. Ведомства же зачастую заинтересованы в том, чтобы не устранять расхождение требований, поскольку это дает им возможность для получения дополнительных доходов. С це-

лью защиты прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства необходимо введение практики рассмотрения отдельных обращений.

Важна финансовая поддержка. Необходимо предусмотреть участие субъектов сферы индустрии туризма и гостеприимства в конкурсах по предоставлению грантов на создание собственного дела на особых условиях. Для формирования этих условий каждому региону предлагается определить четкие приоритетные направления социально-экономического развития, поддерживаемые впоследствии совокупностью государственных мер.

С первого января регионы вправе устанавливать нулевую ставку для вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, которые ведут деятельность в производственной, социальной и научной сферах. Но социальную сферу и сферу услуг разграничить весьма сложно. Поэтому целесообразно введение двухлетних «налоговых каникул» для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, осуществляющих предпринимательскую деятельность в туристской сфере. Кроме прочего сокращение бюрократических преград на местных уровнях может быть более эффективной политикой, чем прямые бюджетные субсидии из центра, включая льготы и скидки с местных налогов.

Большое значение имеет имущественная поддержка. Например, часто малые отели размещаются на базе выкупленных, а затем перестроенных старых коммунальных квартир. Перевод жилого фонда в нежилой крайне формализован, требует больших финансовых затрат, сопровождается высокими ставками налога на имущество и на землю. По оценкам экспертов, от 50 до 70% малых отелей до сих пор находятся в жилом фонде и оформлены на физических лиц, а юридически их деятельность ограничивается посуточной сдачей квартир в аренду на условиях оформления договоров с постояльцами.

В то же время общий срок для легального согласования разрешительной документации на строительство гостиницы, возведение объекта,

ввод его в эксплуатацию составляет не менее 1,5-2 лет. При этом неформальные платежи сокращают сроки оформления разрешений до 3-5 месяцев. Ситуацию усугубляют и высокие первоначальные административные взносы государству за право выполнять многие рутинные задачи, связанные с организацией и ведением бизнеса.

## 2.8. Продвижение российского туристского продукта. Информационное обеспечение туризма

Продвижение туристского продукта на внутреннем и зарубежном рынках — важная составляющая развития туристского комплекса Российской Федерации, способствующая увеличению туристических потоков. Одним из наиболее эффективных механизмов продвижения страны является участие в крупнейших международных выставках, в рамках которых формируется единый российский стенд,



на котором представлены возможности российских регионов, туристские компании, гостиницы, авиа- и железнодорожные перевозчики, музеи и пр. Ежегодно представители органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма и туристского бизнеса принимают участие в десятках таких международных и российских выставок. И с каждым годом объединенный российский стенд привлекает все большее количество посетителей: как профессиональных участников рынка, так и потенциальных туристов. В рамках туристских выставок как внутри страны, так и за рубежом формируется обширная деловая программа: обучающие семинары, пресс-конференции, презентации, «круглые столы», на которых обсу-

даются различные вопросы взаимодействия власти и бизнеса, брендинга территорий, функционирования туристско-информационных центров и многие другие. Количество посетителей таких международных туристских выставок, как «Интурмаркет» и «Отдых», проводимых ежегодно в Москве, составляет более 75 тысяч человек за 3-4 дня.

В целях улучшения имиджа России как страны благоприятной для туризма в 2014 году проводилась активная работа в государствах, формирующих основные туристские потоки. Россия была представлена на 15 крупнейших международных туристских выставках, из них 13 проводились в зарубежных странах (Великобритании, Германии, Индии, Италии, Испании, Китае, Республике Корея, Латвии, Турции, Финляндии, Франции, Японии).

Проведение крупных деловых мероприятий также способствует привлечению внимания к стране. Так называемый MICE-туризм — это всевозможные конференции, презентации, форумы, конгрессы и прочие мероприятия по актуальным вопросам тур-

индустрии, проводимые на территории страны и направленные на ее продвижение.

В последние годы в российских регионах проходит множество событийных мероприятий — фестивалей, праздников, ярмарок, привлекающих тысячи российских и зарубежных туристов. Это и велофестиваль в Угличе Ярославской области, и праздник «Огурца» в Суздале Владимирской области, и многие другие события.

В 2014 году был разработан и успешно внедрен новый формат событийных туристских мероприятий — «Неделя туризма в регионе» (проведение деловых мероприятий, встреч экспертов в сфере туризма, ознакомление с деятельностью учреждений культуры региона). «Недели туризма» прошли

в Крыму (октябрь 2014 г.) и Республике Карелия (ноябрь 2014 г.).

Необходимо отметить, что проведение туристских массовых мероприятий с детьми и молодежью, таких как различные конкурсы, соревнования, эстафеты, не только вызывает интерес у подрастающего поколения, но и чрезвычайно важно как элемент патриотического воспитания российской молодежи и формирования любви к своей Родине. Так, в 2014 году проводился Всероссийский конкурс детского творчества «Россия туристическая глазами

детей», в котором приняли участие более 2200 детей и подростков из 77 регионов России и 10 стран мира (Азербайджана, Болгарии, Казахстана, Македонии, Марокко, Молдовы, Узбекистана, Украины, Франции и Эстонии). С целью информирования о событийных мероприятиях, проводимых в субъектах Российской Федерации, необходимо продолжить реализацию проекта «Национальный календарь событий» и размещения его на интернет-ресурсах.

В Российской Федерации регулярно проводятся крупные мегамероприятия: зимние Олимпийские игры в г. Сочи, XXVII Всемирная летняя Универсиада в г. Казани, в 2009 году — конкурс песни «Евровидение-2009» в г. Москве и т.д. Они привлекают большое внимание мировой общественности и позволяют туристам открыть Россию с новой, неизвестной для них стороны.

С целью продвижения национальных туристских продуктов российскими регионами разра-

батываются межрегиональные туристские продукты — бренды территорий. Уже существуют межрегиональные туристские маршруты: «Серебряное ожерелье России», объединяющие субъекты Северо-Западного федерального округа, «Русские усадьбы» субъектов Центрального

федерального округа, «Восточное кольцо России» по субъектам Дальневосточного федерального округа и многие другие. Разработка межрегиональных проектов позволяет продвигать туристские продукты сразу нескольких субъектов Российской

Федерации. Важны разработка и совершенствование региональных брендов. Ярким и уже очень узнаваемым брендом является «Великий Устюг — родина Деда Мороза».

Огромную роль в продвижении туристского потенциала Российской Федерации играет создание туристских представительств за рубежом.

Пока планируется открыть 10 зарубежных национальных туристских офисов в странах, генерирующих основные потоки в Россию, — Китае, Германии, Италии и др. В 2015 году начали работу национальные туристские офисы Visit Russia в городах Дубае (Объединенные Арабские Эмираты), Берлине (Германия), Хельсинки (Финляндия). До конца года должны быть открыты в Китае и Италии.

Важным является участие нашей страны в международных туристских проектах. В 2014 году более 100 событийных мероприятий, продвигающих культурно-туристский потенциал регионов, прошли в субъектах Российской Федерации.





доступности и инфраструктуре, карты и путеводители, событийные календари.

С учетом большого объема информации о нашей стране на тестовом этапе работы портала та-

В последнее время все большей популярностью пользуются бесплатные приложения для портативных мобильных устройств, такие как Top Trip Tip, размещенные в Сети. В дальнейшем необходимо



кие задачи может частично решить размещение информации на региональных сайтах до создания национальной системы бронирования гостиничных и туристских услуг. Необходимо продолжить работу по наполнению национального портала, совершенствованию навигации.

Что касается систем бронирования, то подробная информация о российских объектах пока представлена лишь по наиболее популярным туристским дестинациям (Москва, Санкт-Петербург и пр.), что негативно сказывается на объемах въездного и внутреннего потоков.

активизировать присутствие в интернет-пространстве (социальные сети и сервисы) информации по въездному и внутреннему туризму, создать

национальную систему бронирования гостиниц и отечественных информационных порталов (аналог Trip Advisor), разработать и внедрить «Виртуальный туристский информационный офис России», соответствующий мировым стандартам.

Освещение потенциала регионов в средствах массовой информации, теле- и радиопередачи, создание видеороликов, организация инфо- и пресс-туров с участием туроператоров и российских



и зарубежных журналистов, печать путеводителей, туристских карт, прочей литературы также являются важным звеном в продвижении национальных туристских продуктов России на внутреннем

Необходимо отметить, что положительным примером применения единой маркетинговой политики по продвижению региона явилась разработка комплекса мероприятий по оказанию содействия



и мировых рынках. В 2014 году начали предприниматься меры по выстраиванию единой системы информационной поддержки въездного туризма.

Рекламно-имиджевая информация о туристских ресурсах Российской Федерации размещалась на телеканалах Euronews и National Geographic, Национальном радио Испании, в печатных изданиях зарубежных стран. Мероприятия, проводимые за рубежом, сопровождались пресс-конференциями, наружной рекламой, фотовыставками, распространением печатной и аудиовизуальной продукции на иностранных языках. В результате проведенных мероприятий даже на фоне сложившейся геополитической обстановки в мире не произошло существенного спада въездного туристского потока в Российскую Федерацию.



скорейшей интеграции Крыма в туристское пространство Российской Федерации. Уже в апреле 2014 года был проведен Всероссийский конгресс

«Отдых в Крыму-2014», в рамках которого состоялся ряд мероприятий по пропаганде отдыха на полуострове: «круглые столы» по актуальным вопросам развития туристской отрасли Крыма, обучающие семинары для государственных служащих и специалистов

сферы туризма регионов федерального округа, информационные и пресс-туры. Реализована широкомасштабная кампания по продвижению туристских возможностей Крымского полуострова — только баннеры и информационные материалы были размещены на улицах более 100 российских городов, на сайтах туристских компаний и туристско-информационных центров. Большая работа

по популяризации Крыма была проделана СМИ. В итоге туристский сезон 2014 года в Крыму признан успешным: там отдохнуло более 4,1 млн. туристов, 80% из которых граждане Российской Федерации из более 34 регионов России.

Необходимо продолжить работу по продвижению национального турпродукта на внутреннем и международном рынках, при этом:

- активизировать работу национального маркетингового центра по туризму Visit Russia (на принципах государственно-частного партнерства);

- создать Единый национальный реестр событий;

- обеспечить рекламно-информационную поддержку «переориентации» выездных туроператоров на внутренний рынок («Время отдыхать в России»);

- организовать системную работу по продвижению туристского потенциала России на внутреннем и внешних рынках во всех видах средств массовой информации (электронные, печатные, радио и телевидение);

- организовать рекламную кампанию основных туристических центров страны на государственных телеканалах с целью повышения информированности граждан о туристических центрах внутри страны;

- создать федеральные (на принципах ГЧП с регионами, бизнесом) флагманские туристско-информационные офисы (ТИО) в крупных транспортных узлах (в том числе в городах, где будет проводиться

чемпионат мира по футболу-2018) и объектах культурного значения (музеев);

- создать систему российских национальных офисов по туризму за рубежом;

- организовать поддержку функционирования на основе государственно-частного партнерства туристско-информационных центров региональными

администрациями;

- популяризировать историко-культурное и природное наследие России среди детей и молодежи путем развития культурно-познавательного, военно-исторического, патриотического, образовательного туризма.



Информационное обеспечение туристских комплексов является необходимым условием их дальнейшего успешного функционирования.



К информационному обеспечению в сфере туризма можно отнести создание системы общероссийской туристской навигации и создание туристско-информационных центров.

С 2013 года ведется работа по созданию и внедрению системы

навигации и ориентирующей информации для туристов в соответствии со стандартами Всемирной туристской организации. Создана унифицированная система, включающая в себя пиктограммы, знаки для наглядного и единообразного обозначения объектов культуры и туризма, дорожные указатели к объектам культурного наследия. При этом знаки навигации ко многим туристским объектам, прежде всего культуры, уже установлены во

многих субъектах Российской Федерации. Однако существует ряд проблем по установке таких знаков на федеральных трассах, из-за согласовательных процедур с Федеральным дорожным агентством. Кроме того, необходимо расширить охват объектов туристского показа, установить указатели внутри зданий, в транспортных узлах и вдоль автомо-

Развитие системы туристско-информационных центров (ТИЦ) также способствует информационному обеспечению деятельности предприятий туристской индустрии. За последние несколько лет сеть ТИЦ существенно расширилась. По данным Министерства культуры Российской Федерации, в конце 2014 года в 63 субъектах Российской Фе-

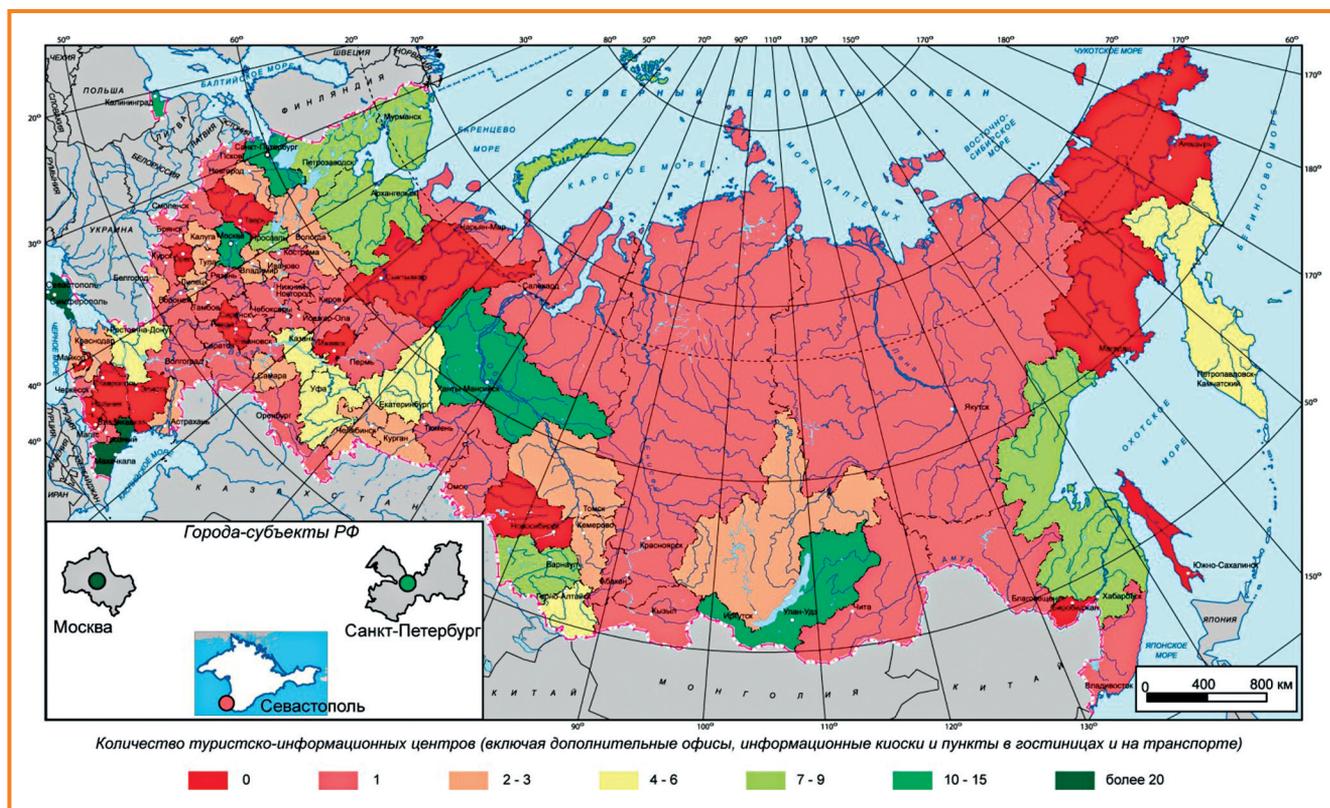


Рис. 8. Количество туристско-информационных центров в субъектах Российской Федерации

бильных дорог. Субъекты Российской Федерации должны сформировать реестр наиболее значимых объектов, к которым планируется установка дорожных указателей. Следует провести работы не только по улучшению транспортной навигации, но и рассмотреть возможность установки указателей у самих объектов показа, в том числе на иностранных языках. Систему стандартной навигации необходимо дополнить высокотехнологичными, прежде всего российскими, информационно-коммуникационными разработками, включая аудиогиды, мобильные путеводители, интерактивные приложения для смартфонов. Целесообразно разместить QR-коды на всех туристских указателях, а также у объектов показа.

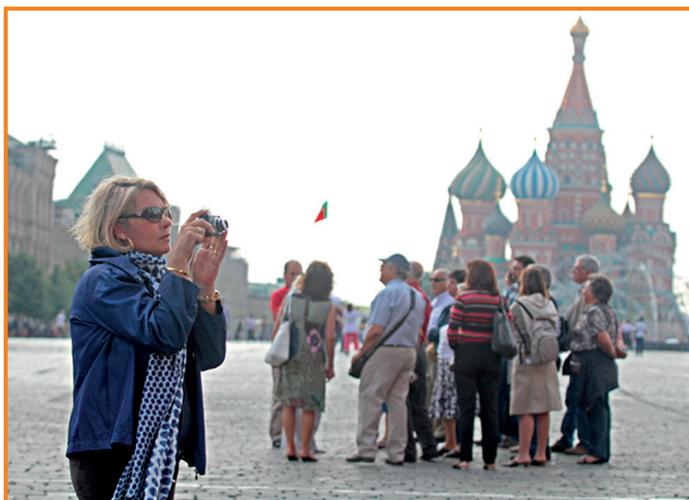
дереции действовало 126 ТИЦ. В апреле 2015 года они функционируют уже в 70 субъектах, а общее количество, с учетом дополнительных офисов, информационных киосков и т.п., составило 303 ТИЦ. Нередки случаи, когда ТИЦ существуют не как самостоятельные структуры, а их функциями и полномочиями наделяются культурные, учебно-методические центры, музеи, то есть деятельность ТИЦ выступает в организациях в качестве дополнительной.

Разработаны национальные стандарты деятельности сети туристских информационных центров (ГОСТ Р 56197-2014 (ИСО 14785:2014)), их введение намечено с 1 сентября 2015 года. Разработка стандартов была вызвана тем, что

ТИЦ в регионах функционируют разрозненно: предоставляют разный набор услуг, самостоятельно устанавливают рабочее время (часто ТИЦ не работают в выходные дни), не предоставляют информационную поддержку на иностранных языках. Кроме того, современные условия требуют создания системы туристских информационных центров на транспортных узлах. В крупных туристских центрах наблюдается нехватка сети офисов ТИЦ.

Необходимо скорейшее внедрение и контроль над соблюдением стандартов деятельности таких организаций. В число функций ТИЦ следует отнести обязательное создание и поддержание туристско-информационного портала, бронирование экскурсионных и гостиничных услуг, поддержку актуальной информации о событийном туристском календаре, создание и распространение туристских путеводителей и карт (в том числе с возможностью установки на мобильные приложения), размещение информации о достопримечательностях и туристских маршрутах. Для дополнительного информирования туристов и продвижения туристских возможностей ТИЦ необходимо создавать и поддерживать страницы в популярных социальных сетях «ВКонтакте», Facebook, Instagram и др.

Кроме того, для информирования потенциальных туристов оптимальным является размещение электронных путеводителей и туристских карт в сети Интернет (с возможностью установления на гаджеты). ТИЦ должны быть обеспечены как путеводителями по региону, так и бесплатными туристскими картами.



## 2.9. Развитие приоритетных видов туризма

Россия располагает всеми необходимыми ресурсами для успешного развития внутреннего туризма и уникальными возможностями для функционирования его различных направлений. Внутренний туризм в России представлен широким разнообразием видов. Это культурно-познавательный, детский, религиозный, медицинский, экологический, деловой, оздоровительный, круизный, сельский, событийный, спортивный, гастрономический, промышленный, военно-технический и другие виды туризма. С точки зрения приоритетности развития можно выделить несколько видов.

### 1. Культурно-познавательный туризм.

Основой внутреннего туризма в России является, безусловно, туризм с культурно-познавательными целями. Ежегодный его прирост, по оценкам специалистов, составляет порядка 15%. Из общего внутреннего потока около 52% туристов заинтересованы именно в культурно-познавательном, экскурсионном туризме.

Культурное наследие является одним из наиболее привлекательных ресурсов для туризма в Российской Федерации. Россия традиционно воспринимается как страна, внесшая огромный вклад в мировую культуру. На ее территории проживают различные народы, сконцентрировано множество уникальных исторических мест и памятников. Культурно-познавательный туризм имеет ряд очевидных преимуществ: создает позитивный образ страны, делая ее привлекательной не только для туризма, но и для инвестиций в другие сферы деятельности;

повышает образовательный уровень населения, уважения к своей национальной культуре и культурам других народов и стран; является одним из действенных механизмов защиты памятников истории. Поездки с культурно-познавательными целями все чаще становятся основными в структуре туристских поездок в мире.

Огромное историко-культурное наследие России создает достаточный потенциал для успешного развития в области культурно-познавательного туризма большинства субъектов и тем самым способствует привлечению дополнительных средств в бюджеты регионов.

## 2. Детский туризм.

Программы отдыха, призванные расширить детский кругозор, укрепить здоровье или раскрыть таланты, нацелены в конечном итоге на развитие молодого поколения — в ближайшем будущем потенциально наиболее активного в российском обществе.

Традиционно в России распространены детские летние лагеря, предлагающие сегодня насыщенные программы. Среди них выделяются тематические: палаточные, археологические, спортивные, конноспортивные, существуют даже лагеря с религиозной направленностью и т.д. Широко представлен детский спортивный туризм и активный отдых. На территории России наиболее известны объединенные программы «Робинзоада» и «Приключение», включающие лыжные и пешие походы, сплавы на байдарках и катамаранах, походы на равнинных и горных велосипедах. Оздоровительные детские лагеря предлагают общеукрепляющие программы. Поправить здоровье детям можно в специализированных санаториях, рассчитанных на прием



родителей с детьми. И, конечно, различные виды отдыха можно комбинировать с дополнительным образованием.

«Второе рождение» переживают детские экскурсионные поездки по России. Туроператоры создают новые экскурсионные программы с привлекательными для детей туристскими брендами («На родину Деда Мороза и Снегурочки»), развлекательные («кондитерская фабрика «Красный Октябрь» с дегустацией лакомой продукции), патриотические («Кубинка — Музей бронетанковой техники»), познавательные (экскурсии в усадьбы писателей, поэтов). Организация экскурсионных и туристских поездок учащихся является одним из приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации. Это эффективная образовательная технология, обеспечивающая гармоничное развитие личности и в то же время неотъемлемая часть гражданско-патриотического воспитания, направленная на формирование культуры толерантности.

Обеспечение устойчивого развития детско-юношеского и молодежного туризма, в особенности экскурсионных и туристских поездок учащихся, предполагает организацию взаимодействия министерств, ведомств, учреждений и организаций сферы образования, культуры, социального развития, здравоохранения и спорта с участием представителей гражданского общества, бизнеса, средств массовой информации.

Для обеспечения согласованных действий федеральных и региональных органов исполнительной власти, общественных, научных и других организаций по развитию детского туризма постановлением Правительства Российской Федерации от 4 ноября 2014 года №1163 был создан Коор-

динационный совет по развитию детского туризма. За полгода работы Координационного совета разработаны детские маршруты, туристические тропы, знаки отличия, внесены изменения в нормативно-правовые акты Российской Федерации. В рамках Координационного совета созданы 8 рабочих групп:

- по нормативно-правовому регулированию в сфере детского туризма;
- по транспортному обеспечению;
- по развитию сети организаций туристско-краеведческой направленности в субъектах Российской Федерации;
- по развитию культурно-познавательного, военно-патриотического и образовательного туризма;
- по детским оздоровительным лагерям;
- по развитию детского спортивно-оздоровительного туризма;
- по связям с общественностью;
- по подготовке и повышению квалификации кадров в сфере детского туризма.

В качестве первоочередных мер необходимо определить приоритеты, механизм управления, источники финансирования на федеральном уровне, а также выработать рекомендации субъектам Российской Федерации по развитию нормативной базы и реализации необходимых мероприятий:

- создание механизма налоговых преференций для организаций, оказывающих услуги в сфере детского отдыха, туризма и оздоровления;
- увеличение (особенно в летний период) числа плацкартных вагонов в поездах для про-

езда групп детей на популярных направлениях. В железнодорожных составах на популярных направлениях во время массового выезда детей на отдых предусмотреть медпункты-купе, укомплектованные оборудованием, медикаментами и персоналом;

- внесение изменений в распоряжение ОАО «РЖД» от 17 декабря 2007 года № 2369р «Об утверждении Положения о порядке организации продажи проездных документов (билетов) на поезда дальнего следования», упрощающих процедуру оформления проездных документов для организованных групп детей, в том числе с использованием сети Интернет.

### 3. Водный туризм.

В настоящее время одним из наиболее перспективных сегментов рынка является круизный туризм. Наиболее популярные российские маршруты –

из Москвы в Санкт-Петербург, далее – на Валаам, Соловки и в Кижы, а также круизы по реке Волге.

В Российской Федерации более чем 100 теплоходов совершают около 1800 круизов, вместимость которых составляет 150-300 человек. При этом 80% круизного туризма в России приходится на круизы по Волге с посещением важнейших культурных центров – Твери, Ярославля, Костромы, Новгорода, Ка-



зани и т.д. По сибирским рекам пока ходит всего по одному круизному трех-четырёхпалубному теплоходу. По Лене – от Якутска до Игарки, по Енисею – из Красноярска до Дудинки, по Оби и Иртышу – от Омска до Ханты-Мансийска и другие.

Морские круизы организуются на северо-западе страны – в Калининградской области, Санкт-Петербурге, Мурманске, Архангельске, где они проходят вдоль побережий Балтийского, Баренцева и Белого морей.

Особое значение имеет организация круизного туризма на Дальнем Востоке и в арктических регионах страны. Ежегодно более 3 млн. туристов посещают Аляску, проходя мимо российских территорий. Это связано с отсутствием необходимой инфраструктуры (отсутствие причальных стенок и пограничных пунктов пропуска) и сложной процедурой согласования круизов.

Два года назад, в 2013 году, Федеральным агентством по туризму была начата разработка пилотного проекта пассажирских



перевозок по маршруту архипелаг Шпицберген – архипелаг Земля Франца-Иосифа. За это время проделана работа по согласованию маршрута с заинтересованными ведомствами. Необходимые изменения в соответствующие нормативно-правовые акты внесли Минтранс России, Росграница, Пограничная служба ФСБ России, МИД России. Совместно с ФГБУ Национальный парк «Русская Арктика» при Министерстве природных ресурсов и экологии Российской Федерации был проработан маршрут, связывающий архипелаг Шпицберген и архипелаг Земля Франца-Иосифа. Результатом этой работы стал первый пилотный круиз, который иностранные туристы совершили на судне «Си Спирит» в июле 2015 года. Посадка иностранных туристов на борт пассажирского экспедиционного судна осуществлялась в порту г. Лонгиербюене (Шпицберген, Норвегия). Выдача российских виз иностранным туристам была предусмотрена Генеральным консульством Российской Федерации в Баренцбурге (Шпицберген).

В связи с отсутствием на архипелаге Земля Франца-Иосифа установленного пункта пропуска и с целью облегчения оформления зарубежных судов с иностранными пассажирами на борту, прибывающих с туристскими целями на территорию государственного природного заказника федерального значения «Земля Франца-Иосифа», Ростуризмом инициирована работа по организации пограничного и таможенного контроля судна и следующих на нем лиц на внешнем рейде морского порта Архангельск (Архангельская область) в бухте Северная, залива Дежнева, острова Земля Александры, архипелага Земля Франца-Иосифа (в районе пограничной заставы Нагурская). Пограничной службой ФСБ России согласованы технические средства для

доставки пограничных нарядов с архипелага Земля Франца-Иосифа на судно и обратно с целью осуществления пограничного контроля пассажиров круизного судна. В рамках реализации пилотного проекта в 2015 году Ростуризмом согласовано с Минобороны и ФСБ России проведение трех экспедиционных круизных рейсов.

На пути развития круизного туризма стоят несколько глобальных проблем: отсутствие развитой инфраструктуры (необорудованность причалов, обмеление русла рек, отсутствие оборудованных «зеленых стоянок»), высокая степень изношенности судов, большие затраты на их техническое переоборудование и реконструкцию, недостаток рекламно-информационных материалов и слабое продвижение турпродукта.

В связи с тем, что согласование круизных маршрутов судов под иностранными флагами осуществляется параллельно двумя ведомствами: Министерством транспорта Российской Федерации и Ростуризмом на основании утвержденных

го Постановлением Совета Министров СССР от 15 июля 1991 г. № 400 «Об утверждении временных правил выдачи разрешений на проведение научной и экспедиционной деятельности, а также на осуществление туризма в морских районах, прилегающих к северному побережью СССР», с целью снижения административных барьеров и дублирования функций, а также в связи с тем, что указанный документ не отвечает целям развития морского туризма в Российской Федерации, целесообразно внести в него изменения.

#### 4. Сельский туризм.

Как отдельное направление выделился в последние годы экологический туризм. Его объектами могут быть как природные, так и культурные достопримечательности, природные и природно-антропогенные ландшафты, где традиционная культура составляет единое целое с окружающей средой. В России сохранились районы с традиционными формами хозяйства, представляющие большую эколого-культурную ценность. При этом для многих районов страны актуально сочетание интересов человека и природы без причинения ущерба каждой из сторон. Экологический туризм предлагает уникальное решение, которое обеспечит рабочие места и стабильно высокие доходы населения и сохранит в неприкосновенности дикую природу России.

Одной из форм экологического туризма можно выделить сельский туризм, который специалисты оценивают как одно из самых перспективных направлений. Основная причина возникновения и развития сельского туризма — потребность горожан со средним достатком отдохнуть в естественных условиях, ближе к природе, где есть прекрасные условия для смены обстановки, необходимой

для поддержания жизненного тонуса. Очевидным преимуществом такого вида туризма является то, что он может стать существенным источником дополнительного, а иногда и основного дохода для населения, проживающего в регионах с низким уровнем ВРП и даже не обладающим выдающимися туристскими ресурсами. Ведь практически любое сельское производство, вплоть до выращивания картофеля, может стать туристическим объектом.

В Европе сельский туризм приносит по разным данным от 20 до 30% общего дохода всей индустрии. Во Франции, Великобритании, Голландии, Ирландии, Германии, Испании привлечение к деятельности в сфере сельского туризма поощряется на национальном уровне. По популярности отдыха в сельской местности в этих странах на сегодняшний

день занимает второе место после отпусков на море.

Становление такого вида туризма весьма актуально для России, где почти треть населения проживает в сельской местности и где характерными тенденциями являются снижение потребности в



сельскохозяйственных работников, межрегиональная миграция населения, низкий уровень жизни у селян. Сельский туризм способствует сокращению безработицы в российских деревнях, развитию малого предпринимательства, инфраструктуры (дороги, транспортное сообщение, водо- и газоснабжение, уборка мусора, торговля), повышению престижности проживания в сельской местности и активизации культурной деятельности. При развитии этого вида туризма во многие небольшие населенные пункты может вернуться активная жизнь.

Потребителем или целевой группой сельского туризма в России могут быть семьи с детьми, пожилые люди с внуками, молодежные компании, любящие спорт (при наличии соответствующих

услуг для занятий спортом, охотой или рыбалкой). На сегодняшний день некоторые регионы Российской Федерации уже осознали экономическую целесообразность развития данного направления. Активно поддерживают этот вид отдыха на Алтае, в Калининградской, Ленинградской и Псковской областях. В ряде субъектов были разработаны и приняты программы по сельскому туризму.

Для дальнейшего его развития необходимо разрешение осуществления туристской деятельности на землях, имеющих сельскохозяйственное назначение.

## 5. Социальный туризм.

Важнейшей задачей социального туризма является адаптация незащищенных слоев населения. Туризм наиболее полно интегрирует их в общество, обеспечивая тем самым позитивные изменения в образе жизни. Кроме того, социальный туризм является фактором оздоровления населения, снижения напряженности в обществе. Развитие этого вида туризма способствует решению весьма актуальной в настоящее время задачи — преодолению различий в уровне жизни различных слоев населения страны.

Само понятие социального туризма вытекает из Всемирной декларации прав человека, которая утверждает, что «любой человек имеет право на отдых, свободное время, на постоянное сокращение рабочего времени и на оплачиваемые отпуска». Цель социального туризма — сделать путешествия доступными для людей с особыми потребностями. Разработка программ для людей со специальными нуждами, вызванными экономическими условиями, физическими заболеваниями, ограниченной подвижностью, географической отдаленностью и другими причинами, позволяет создать равные возможности для осуществления права ограни-

ченно дееспособных граждан на отдых и приобщение их к культурным ценностям.

Потребителями социального туристского продукта являются инвалиды всех групп и категорий, ветераны, работники, труд которых связан с высоким профессиональным риском, пенсионеры, жители удаленных территорий Севера и Дальнего Востока, дети из многодетных семей, а также дети-сироты, другие слаботзащищенные категории населения.

Основной задачей социального туризма является организация доступных поездок и создание безбарьерной среды. В стране проживают свыше 13 млн. инвалидов, из которых около 600 тыс. детей-инвалидов, 2 млн. людей с ограниченными возможностями передвижения (колясочники).



Многие из тех, кого относят к категории людей с ограниченными возможностями, — молодые люди в возрасте до 40 лет. Они занимают активную жизненную позицию, осваивают новые профессии и хотят путешествовать. При этом го-

стиничные предприятия и аналогичные средства размещения в Российской Федерации не располагают большим количеством объектов инфраструктуры для таких людей. Вместе с тем около 11% всех туристских поездок в Европе и 7% в мире совершают именно путешественники с ограниченными физическими возможностями, чаще всего в компании членов семьи или друзей. В западных странах вошла в норму разработка туристских продуктов с учетом потребностей инвалидов.

Поэтому средствам размещения в России необходимо формировать безбарьерную среду. Это же актуально в транспортной сфере.

По оценкам экспертов, сейчас услугами социального туризма пользуются не более 5% мало-

имущего населения страны. К сожалению, лишь отдельные регионы России проявляют интерес к развитию этого направления туризма.

Вместе с тем нельзя не отметить, что в России существуют положительные примеры развития социального туризма. Экскурсии для инвалидов, ветеранов, детей-сирот, детей из малообеспеченных семей и других социально незащищенных категорий

граждан проводились турфирмами по госзаказу Минэкономки Ростовской области. В Республике Башкортостан в 2011 году начата реализация республиканской целевой программы развития социального туризма. Пенсионерам и инвалидам предоставляются субсидии для оплаты 70% от стоимости туристских путевок по Башкирии за счет бюджетных средств. Подобный опыт необходимо тиражировать и в других субъектах Российской Федерации.

## 6. Религиозный туризм.

Этот вид относительно недавно стал формироваться как отдельный в туризме. Исторически он всегда был составной частью культурно-познавательного туризма, так как большинство из существующих туров являются комбинированными и сочетают посещение объектов культурно-исторического наследия с религиозными памятниками.

Необходимо отметить, что почти в 700 малых городах России, представляющих национальное достояние, храмы и монастыри, по сути, являются

зачастую главными объектами туристского показа. Именно сюда приезжают так называемые «религиозные туристы». Монастыри часто являлись гра-

дообразующими центрами, цитаделями, крепостями, в которых оборонялись от врагов наши предки. Именно здесь — настоящая Россия, где можно понять глубинные корни культуры, почувствовать синергию природных и архитектурных ландшафтов.

Религиозный туризм способен влиять на сохранение культурного наследия, способствовать повышению образовательного и интеллектуального уровня населения, воспитывать подрастающее поколение в духе патриотизма, любви к Родине и уважения к своей национальной культуре.

Ежегодно религиозные памятники осматривают 300-350 млн. человек во всем мире, совершая при этом более 3 млрд. поездок. В России в целях развития религиозного туризма и паломничества используются более 6 тыс. объектов. Религиозный туризм в России представлен различными конфессиями: христианством, исламом, иудаизмом и буддизмом.

Как известно, первыми путешественниками были паломники. Традиции паломничества уходят корнями в далекую древность. Так в Индии испокон веков люди совершали поездки в святые места, наполненные энергией того

или иного божества. В Древней Греции к прорицательнице-пифии, жившей в храме в Дельфах, съезжались представители всего греческого мира



для получения предсказаний. В Средние века сложилась традиция поездок христиан к Гробу Господню в Иерусалим. Но если основная цель паломничества – поклониться святым для определенной конфессии местам, то основная цель религиозного туризма – приобщить людей, принадлежащих к различным конфессиям, к диалогу и взаимодействию, смягчению возникающей на религиозной и социальной почве напряженности в обществе.

Если религиозный туризм будет базироваться на тесном сотрудничестве туристских, государственных, религиозных организаций с местным населением, то он будет способствовать снижению социальной напряженности, играть положительную роль в диалоге между культурами, религиями и цивилизациями.

В завершение раздела о видах туризма стоит отметить, что помимо традиционных направлений в последнее время наблюдается тенденция

организации нестандартных туров, например гастрономических. Их цель – изучить особенности кухни определенной страны. В России такой вид



туризма пока только зарождается, и подобных туров в чистом виде еще нет, поэтому элементы гастрономических туров включают в основные программы. Ознакомление с русской кухней происходит во время посещения лучших национальных ресторанов страны, где соблюда-

ются традиции употребления, приготовления и сервировки блюд. В некоторых регионах, в частности, в Ярославской области, предлагаются специальные программы, например, «Обед в русской избе», используемые продукты – экологически чистые. Популярны у туристов и посещения винодельческих заводов и водочных производств с дегустацией. Экскурсии на винзаводы особенно распространены в Краснодарском крае и Крыму, где широко выращивается виноград как местных, так и европейских сортов.

### 3. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Значение защиты прав потребителей в сфере туризма определяется очевидным фактом – турист по определению физическое лицо, пользующееся услугами туристической индустрии для собственных нужд.

Данное обстоятельство нашло отражение в Указе Президента Российской Федерации от 22 декабря 1995 г. № 1284 «О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации». В документе отмечается, что «недостаточно эффективная система государственного регулирования туризма открывает возможности для недобросовестной конкуренции, нарушения прав потребителей туристских услуг, слабо стимулирует развитие иностранного и внутреннего туризма, создает возможности для криминализации туристского бизнеса, экспансии иностранных фирм на отечественном рынке».

Таким образом, была определена Концепция защиты прав потребителей туристских услуг, суть которой заключается в приоритетном создании благоприятной среды для реализации их прав, в том числе на информацию и качественное обслуживание. На защиту прав потребителей в случае ущемления их интересов направлен Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». В то же время действует Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Существенное влияние на содержание его норм оказал изначально низкий спрос на туристские услуги на внутреннем российском рынке в 90-е годы прошлого века. Прежде всего по причине неразви-

тости сферы услуг в целом при превалировании задач развития выездного туризма.

Большинство защитных преференций граждан, определенных Законом о туристской деятельности, касаются разных аспектов правоотношений туристов (заказчиков турпродукта) с туроператорами, турагентами и прочими субъектами индустрии, осуществляющими комплексное обслуживание на основе возмездного договора о реализации туристского продукта. Между тем человек, самостоятельно путешествующий как по территории Российской Федерации, так и за рубежом и определенный в законе как «самостоятельный турист», не заключает договор о реализации продукта. По этой причине он не может рассчитывать, например, на оказание экстренной помощи за счет компенсационного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма или компенсации в рамках договора страхования ответственности туроператора (банковской гарантии).

До настоящего времени отдельные интересы самостоятельных туристов обеспечивались через отраслевые законы, регулирующие услуги, обычно входящие в формируемый туроператорами туристский продукт. В частности, перевозки туристов, самостоятельно заключивших договор с перевозчиками, в целом регулируются Гражданским кодексом и транспортным законодательством. Однако в отличие от транспортной инфраструктуры нормативно-правовое регулирование других секторов туристской индустрии развито недостаточно, чтобы обеспечить должный уровень правовой защиты граждан.

Например, Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 25 апреля 1997 г. № 490, основаны только на Законе о защите прав потребителей. Однако он не содержит специальных требований к гостиницам, турбазам, пансионатам, санаториям, мотелям, кемпингам, палаточным городкам, туристским приютам и другим аналогичным средствам размещения.

Между тем самостоятельные туристы лишены тех возможностей, которыми обладают потребители, заключившие договор о реализации туристского продукта. Последние могут потребовать от туроператора (турагента) информацию о подробностях своего путешествия при наличии не только установленного законом перечня предоставляемой информации (статьи 9, 10, 10.1 Закона о туристской деятельности), но и мер ответственности соответствующих исполнителей за ее непредоставление (статья 20 Закона о туристской деятельности и корреспондирующиеся нормы).

На фоне быстроразвивающегося направления самостоятельного туризма, в том числе вследствие реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г., утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р, а также по причине возросшего уровня финансовой грамотности граждан такое положение не может оцениваться как нормальное. В частности, в Стратегии отмечается, что «наибольший потенциал роста на внутреннем рынке сегодня имеет самостоятельный автотуризм, чему немало способствуют увеличение количества автомобилей на душу населения, обустройство автотуристских кластеров на ключевых трассах федерального значения, развитие сети придорожных гостиниц. Однако остаются нерешенными вопросы обеспечения безопасности туристов, а также информированности населения о существующих маршрутах и местах показа, возможностях организации питания и ночлега по пути».

В этой связи «необходимо обеспечить потенциальным российским и иностранным туристам возможность потребления услуг в удобной, динамичной

и современной информационной среде». В том числе «создать условия для предварительного бронирования и оплаты услуг индивидуальными туристами и организациями», а также «предоставить всю необходимую информацию для самостоятельных туристов – расписание транспорта, карты местности, путеводители, правила поведения, режим работы туристских объектов и др.» (раздел III Стратегии).

Необходимо иметь в виду, что положениями статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации гостиничное обслуживание отнесено к публичному договору наряду с перевозкой транспортом общего пользования, что подчеркивает особо социально важный характер данных видов обслуживания населения. Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКВЭД) гостиничное обслуживание (гостиничные услуги) представляет собой самостоятельную отрасль экономики, в отношении которой давно назрел вопрос об отдельном отраслевом нормативно-правовом регулировании. Данная задача может быть решена путем внесения изменений в Федеральный закон о туристской деятельности, через положения которого, с учетом межотраслевого характера туристских услуг, могут быть разрешены многие вопросы, связанные со средствами размещения. В том числе вопросы сертификации, стандартизации, классификации объектов туристской индустрии, повышения уровня сервиса через установление требований к порядку обслуживания и предоставления информации о соответствующих услугах и исполнителях. Кроме того, отраслевым законом могут быть урегулированы вопросы Единого федерального реестра гостиниц и иных средств размещения, реестра использования специального жилищного фонда. Также создан и закреплён соответствующий понятийный аппарат для регулирования отношений в рассматриваемой сфере услуг (в контексте отмеченной в докладе необходимости введения таких понятий, как «гостевой дом», «хостел», иных видов средств размещения и других вопросов подобного рода).

Совершенствование действующего законодательства позволит создать основу для формиро-

вания рыночной и недискриминационной системы средств размещения. Также это выведет правовую защиту потребителей на новый уровень, в том числе самодетельных туристов, что, в свою очередь, послужит стимулирующим фактором для развития внутреннего туризма и повышения качества предоставляемых услуг.

Отдельный вопрос законодательной базы — детский туризм. Несмотря на очевидную необходимость особой защиты несовершеннолетних граждан, понятие «детского туризма» в Законе о туристской деятельности не определено. Соответственно, никаких особых преференций дети-туристы в настоящее время не имеют. Одновременно вопросы, связанные с организацией детского отдыха, до настоящего времени не рассматривались с точки зрения необходимости повышения и закрепления на законодательном уровне правовой защищенности несовершеннолетних граждан как потребителей. Между тем существует практика организации детского летнего отдыха на базе учебных учреждений («лагерь с дневным пребыванием»), в палаточных лагерях, а также выезды групп детей за границу Российской Федерации с целью обучения без должного оформления возникающих при этом отношений между продавцом и потребителем услуг. Такая практика создает угрозы здоровью и безопасности детей именно вследствие правовой неопределенности порождаемых ею отношений, что приводит к безнаказанности, отсутствию ответственности за возможное при таких обстоятельствах нанесение вреда. Существующие требования санитарного законодательства к организации детского отдыха в большей мере снимают вопросы, касающиеся физической безопасности детей, однако иные, экономические и юридические аспекты таких фактических отношений требуют решения в рамках другого законодательства.

В этой связи необходимо законодательно пресечь возможность организации выезда групп детей из места своего проживания вне сферы действия Закона о туристской деятельности. Соответствующие изменения прежде всего должны быть внесены в Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

и в Закон о туристской деятельности. Указанные меры позволят поднять защищенность несовершеннолетних граждан до гарантированного уровня обеспечения прав и законных интересов туристов. При этом новые нормы не должны препятствовать возможности организованного нахождения детей вне мест постоянного проживания на иных договорных началах, например, при обучении в интернатах (пансионах) на основании договора об образовании.

Кроме того, права и законные интересы детей как потребителей обеспечиваются положениями Закона о защите прав потребителей. Согласно положениям пункта 2 статьи 1 и статьи 39.1 Закона о защите прав потребителей нормативный правовой акт, устанавливающий правила оказания услуг при поездках в учреждения отдыха и оздоровления детей, в том числе находящихся за пределами Российской Федерации, должен приниматься в форме соответствующего постановления Правительства Российской Федерации.

В настоящее время уже действуют два постановления Правительства Российской Федерации, регулирующих соответствующие сферы потребительских правоотношений:

— постановление Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 г. № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»;

— постановление Правительства Российской Федерации от 15 августа 2013 г. № 706 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг».

При условии внесения соответствующих изменений в законодательство о туристской деятельности и об образовании необходимо будет внести гармонизирующие изменения в названные нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации.

В целом стоит отметить, что правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей имеет комплексный характер, образуя обширную матрицу норм базовых, специальных и отраслевых законов (Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон о защите прав потребителей, Воздушный кодекс Российской Федерации, Закон о туристской деятельности и др.), а также подзаконных актов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основными факторами, сдерживающими рост конкурентоспособности Российской Федерации на внутреннем и международном рынках туристских услуг и, как результат, препятствующими реализации ее потенциала, являются:

- слаборазвитая, а иногда отсутствующая обеспечивающая инфраструктура туристских объектов;
- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточность, а в ряде регионов отсутствие средств размещения туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях страны);
- несовершенство законодательной базы;
- отсутствие координирующего органа управления сферой туризма;
- отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристского комплекса;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии вследствие недостатка профессиональных кадров;
- недостаточное продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках.

С целью превращения туристского комплекса в высокодоходную отрасль народного хозяйства, обеспечения устойчивого социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, координации действий органов исполнительной власти, общественных и коммерческих организа-

ций необходимо сформировать единую систему управления. Это может быть сделано путем создания единого координирующего органа, которым может стать Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма при Правительстве Российской Федерации.

В связи с тем, что в последнее время произошло изменение структуры российской туристской индустрии, значительно сократился выездной турпоток, заметно вырос интерес к отдыху и оздоровлению внутри страны, требуется совершенствование нормативно-правовой базы, в том числе внесение изменений в действующее законодательство с акцентом на развитие внутреннего и въездного туризма.

Для этого также целесообразно использовать характерные и уникальные для каждого российского региона преимущества: богатую историю, культурные достопримечательности, природные ресурсы, самобытность проживающих в нашей стране народов.

Кроме того, необходимо повысить качество туристских услуг до уровня мировых стандартов, принять действенные меры по обеспечению доступности отдыха населения России, ввести обязательную классификацию гостиниц, создать национальную систему бронирования, охватывающую как индивидуальные, так и коллективные средства размещения.

Важным звеном является создание туристской инфраструктуры и улучшение материально-технического обеспечения туристского комплекса.

Особое внимание должно уделяться безопасности отдыха.

Для информирования о возможностях туристского комплекса России следует создать единую мультязычную информационную базу, в которой будет сосредоточена информация о достопримечательностях, объектах культурного и природного наследия, маршрутах, оздоровительных учреждениях, средствах размещения и других объектах индустрии.

Важным условием развития комплекса является эффективная информационно-имиджевая кампания как внутри страны, так и за рубежом.

Решение перечисленных задач позволит сформировать конкурентоспособный на мировом рынке туристский продукт, повысить доходность бюджетов всех уровней за счет расходов туристов в своей стране, обеспечить равномерное развитие субъектов Российской Федерации. То есть создать высокобюджетную отрасль народного хозяйства для удовлетворения потребностей нынешних и будущих поколений по доступности отдыха, улучшению качества жизни населения, поддержанию здоровья граждан.

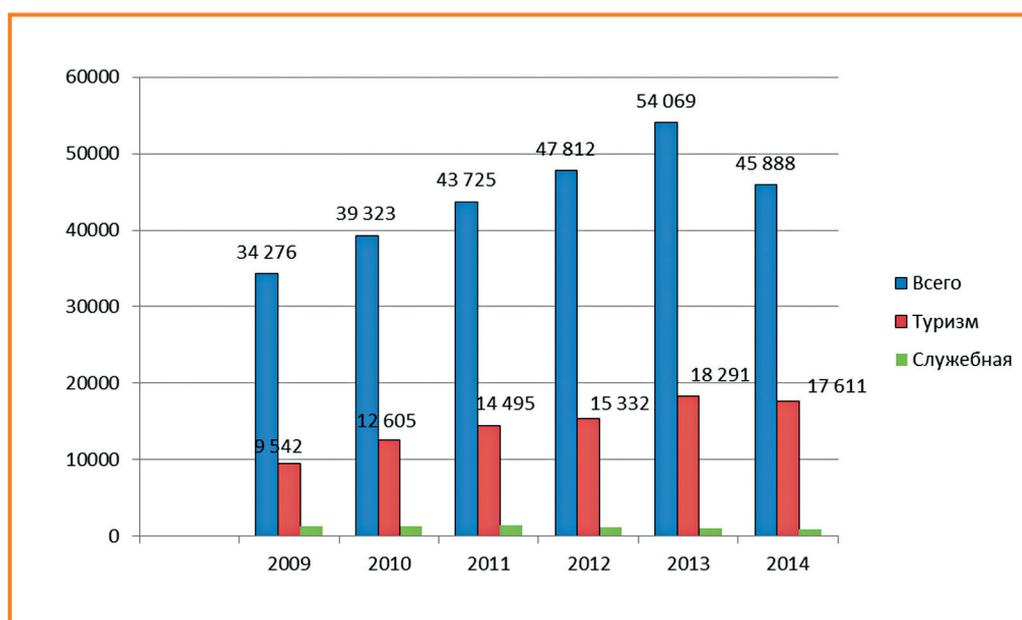
## СТАТИСТИКА ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В информационную эпоху статистика туризма является важнейшим источником аналитической информации о сфере туризма и одновременно инструментом функциональной диагностики. Это своеобразное зеркало, в котором отражается сфера туризма во всей ее многогранности и динамизме иногда в целом, иногда по отдельным составным элементам.

платежный баланс; выявления основных тенденций и направлений развития туризма при планировании его материально-технической базы; проведения маркетинговых исследований и продвижения турпродукта к потенциальным потребителям.

Статистика туризма взаимодействует практически со всеми отраслями экономики, а турист-

**Рисунок 1. Сравнительный график показателей выезда российских граждан за рубеж в период с 2009 по 2014 годы**

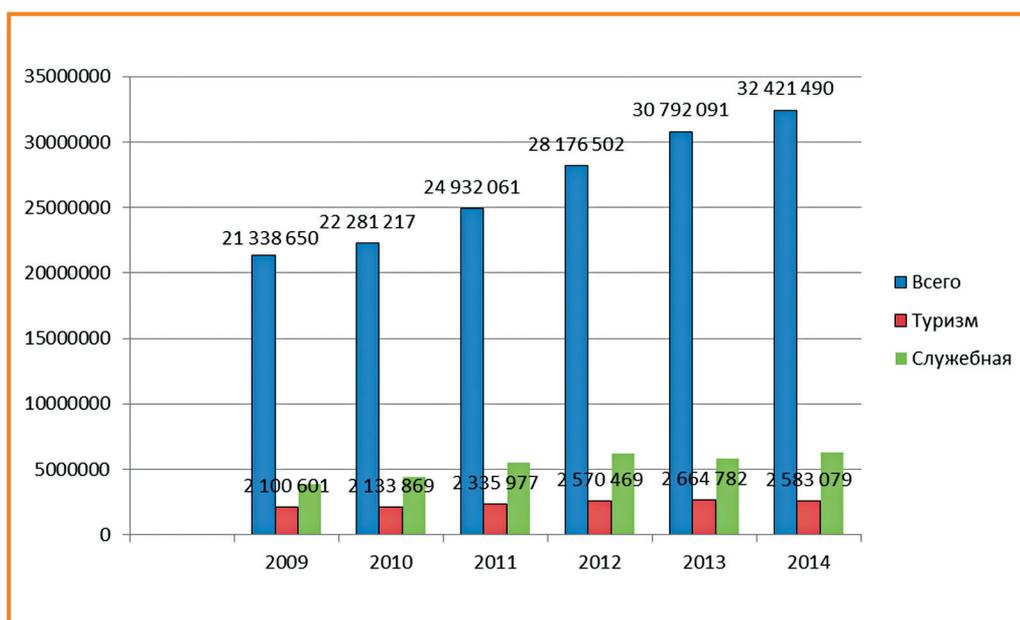


Особенно велика роль информации в управленческой деятельности в сфере туризма, в процессе принятия адекватных решений на всех уровнях — от отдельных предприятий туристской индустрии до органов государственного регулирования туристской деятельности в регионах и стране в целом.

Сегодня статистика туризма в мире ведется в целях оценки вклада международного туризма в экономику страны, в частности — его влияния на

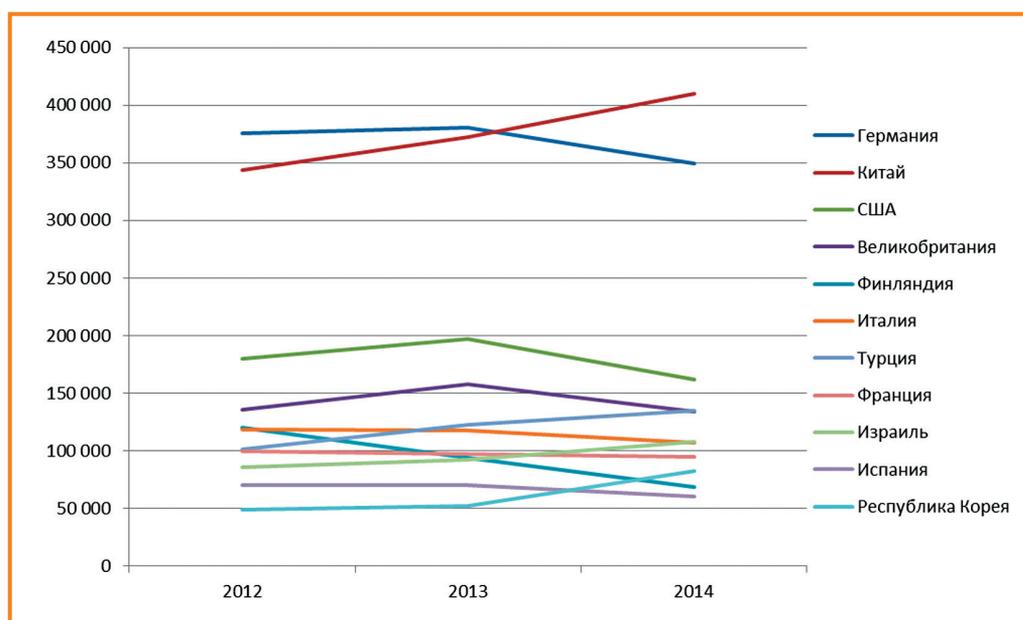
свая деятельность обладает высоким мультипликативным эффектом. Очевидна, например, связь статистики туризма со статистикой транспорта. Туризм предполагает физическое перемещение лиц в пространстве обычно с использованием транспортных средств. Закономерно, что статистика туризма включает раздел по туристским перевозкам с разбивкой по видам транспорта.

**Рисунок 2. Сравнительный график показателей въезда иностранных граждан на территорию Российской Федерации в период с 2009 по 2014 г.**



**Рисунок 3. ТОП-10 стран, формирующих основные туристические потоки в Российскую Федерацию**

2012		2013		2014	
Страна	Кол-во человек	Страна	Кол-во человек	Страна	Кол-во человек
Германия	375 285	Германия	380 253	Китай	409 817
Китай	343 357	Китай	372 314	Германия	349 481
США	179 763	США	197 334	США	162 102
Великобритания	135 949	Великобритания	157 799	Турция	134 702
Финляндия	120 306	Турция	122 728	Великобритания	134 314
Италия	118 729	Италия	117 927	Израиль	108 175
Турция	100 918	Франция	96 947	Италия	107 072
Франция	99 581	Финляндия	93 762	Франция	94 941
Израиль	85 955	Израиль	92 478	Республика Корея	82 494
Испания	70 291	Испания	70 193	Финляндия	68 618



**Рисунок 4. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения в 2014 году**

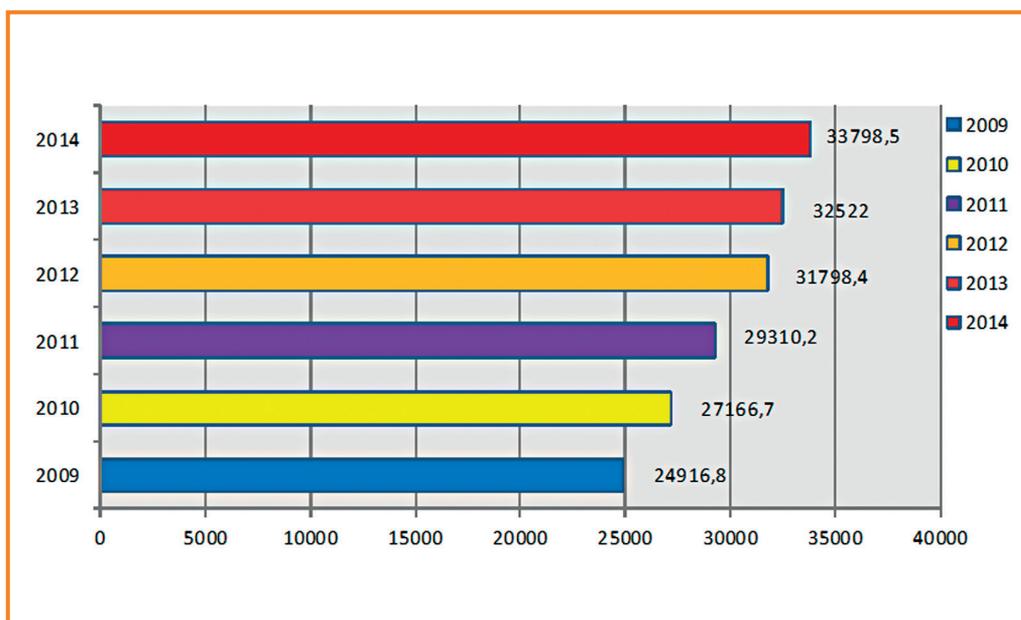
Субъект Российской Федерации	Число КСР, единиц	Число номеров в КСР, единиц	Число мест в КСР, единиц	Число ночевок в КСР, единиц	Число размещенных лиц в КСР, человек
<b>Российская Федерация</b>	<b>15590</b>	<b>670762</b>	<b>1573342</b>	<b>184017713</b>	<b>44218887</b>
<b>ЦФО</b>	<b>2786</b>	<b>145111</b>	<b>325664</b>	<b>43666895</b>	<b>12784228</b>
Белгородская область	113	2888	6120	833098	210939
Брянская область	68	2328	5084	738328	133742
Владимирская область	158	7876	22060	1422375	503802
Воронежская область	135	5995	19294	1698932	383473
Ивановская область	83	3607	10270	1533540	230016
Калужская область	125	5539	12021	1437949	462940
Костромская область	65	2221	5205	778196	182490
Курская область	81	2533	4920	709270	157515
Липецкая область	67	3020	8735	677444	153880
Московская область	384	32711	74988	10961196	2708176

Субъект Российской Федерации	Число КСР, единиц	Число номеров в КСР, единиц	Число мест в КСР, единиц	Число ночевок в КСР, единиц	Число размещенных лиц в КСР, человек
Орловская область	49	1687	3535	381117	128907
Рязанская область	148	3762	9681	1284536	273629
Смоленская область	100	3236	6409	751537	208751
Тамбовская область	80	3226	7320	728502	198201
Тверская область	214	7144	15448	1546439	425291
Тульская область	142	5486	12614	1604138	306128
Ярославская область	120	5899	12884	1681718	497562
г. Москва	654	45953	89076	14898580	5618786
<b>СЗФО</b>	<b>1556</b>	<b>65825</b>	<b>167831</b>	<b>19939635</b>	<b>6135329</b>
Республика Карелия	133	3155	6896	806939	377116
Республика Коми	87	2486	5046	761546	199858
Архангельская область	145	4143	7812	1093901	286300
в том числе Ненецкий автономный округ	7	174	219	30082	17504
Вологодская область	120	4010	9923	1114222	318026
Калининградская область	109	5249	12822	1505949	464956
Ленинградская область	269	11296	38177	3272157	667675
Мурманская область	119	3966	8457	832001	214516
Новгородская область	111	3696	8316	1042142	316747
Псковская область	74	3023	7307	765615	302326
г. Санкт-Петербург	389	24801	63075	8745163	2987809
<b>ЮФО</b>	<b>2607</b>	<b>138816</b>	<b>312507</b>	<b>34794770</b>	<b>5926674</b>
Республика Адыгея	38	957	2562	254897	80215
Республика Калмыкия	24	323	832	71338	34920
Краснодарский край	1684	114844	257253	29406100	4418971
Астраханская область	172	3839	7910	746695	193938
Волгоградская область	238	7097	16711	1555474	412588
Ростовская область	451	11756	27239	2760266	786042
<b>СКФО</b>	<b>571</b>	<b>34920</b>	<b>68982</b>	<b>11207757</b>	<b>1388484</b>
Республика Дагестан	93	2154	4733	559394	124812

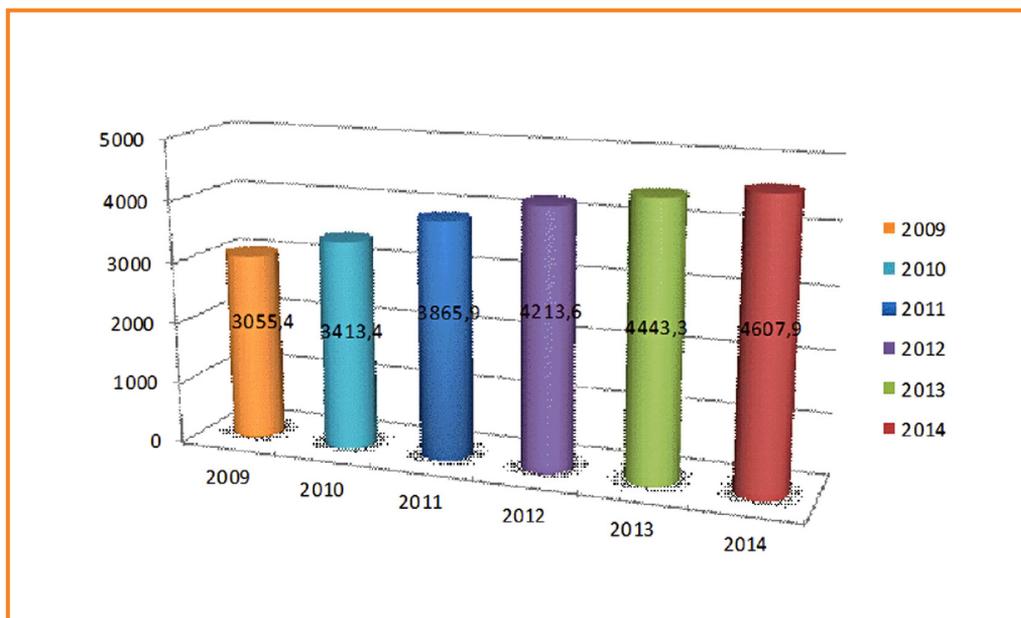
Субъект Российской Федерации	Число КСР, единиц	Число номеров в КСР, единиц	Число мест в КСР, единиц	Число ночевок в КСР, единиц	Число размещенных лиц в КСР, человек
Республика Ингушетия	4	193	287	31567	8584
Кабардино-Балкарская Республика	87	5298	12978	1366685	151727
Карачаево-Черкесская Республика	76	2875	6235	433107	159378
Республика Северная Осетия – Алания	31	1663	3879	458189	64538
Чеченская Республика	12	739	1281	55818	34202
Ставропольский край	268	21998	39589	8302997	845243
<b>ПФО</b>	<b>2783</b>	<b>101450</b>	<b>246269</b>	<b>29987300</b>	<b>7168380</b>
Республика Башкортостан	390	14523	31983	4808770	863607
Республика Марий-Эл	50	1918	5610	640127	94722
Республика Мордовия	46	1695	4736	530958	97518
Республика Татарстан	350	15571	37356	4537320	1641169
Удмуртская Республика	129	4013	9772	1544217	300912
Чувашская Республика	118	3534	7732	949717	264049
Пермский край	269	9020	18989	2870129	549071
Кировская область	131	4219	9293	1460374	251072
Нижегородская область	360	11944	31860	3412609	981892
Оренбургская область	242	8328	21330	1836252	532418
Пензенская область	94	2837	6178	798776	162426
Самарская область	304	12818	33871	4031452	804878
Саратовская область	191	6984	17052	1483510	332921
Ульяновская область	109	4046	10507	1083089	291725
<b>УФО</b>	<b>1409</b>	<b>47689</b>	<b>108139</b>	<b>13145853</b>	<b>3321781</b>
Курганская область	83	2240	5401	844564	127752
Свердловская область	520	15022	32513	4338078	1274836
Тюменская область	401	15270	30865	4182027	1084372
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ	194	6546	12256	1638005	462189

Субъект Российской Федерации	Число КСР, единиц	Число номеров в КСР, единиц	Число мест в КСР, единиц	Число ночевок в КСР, единиц	Число размещенных лиц в КСР, человек
Ямало-Ненецкий автономный округ	66	2144	3760	438843	116262
Челябинская область	405	15157	39360	3781184	834821
<b>СФО</b>	<b>2343</b>	<b>73634</b>	<b>171694</b>	<b>18467386</b>	<b>4893288</b>
Республика Алтай	190	2149	5181	401391	135979
Республика Бурятия	296	5177	15086	1018941	331214
Республика Тыва	43	746	1773	160132	48779
Республика Хакасия	61	2753	6052	924014	132886
Алтайский край	316	10592	23925	2954551	580857
Забайкальский край	151	3702	7336	559800	221505
Красноярский край	329	11225	27295	2670737	816299
Иркутская область	346	13191	28580	2843382	901737
Кемеровская область	168	7186	15264	2050615	328727
Новосибирская область	235	8508	19757	2298701	677074
Омская область	133	6005	14282	1967766	582642
Томская область	75	2400	7163	617356	135589
<b>ДФО</b>	<b>1084</b>	<b>29309</b>	<b>68036</b>	<b>7420490</b>	<b>2078708</b>
Республика Саха (Якутия)	166	2176	6136	730464	147434
Камчатский край	74	1616	3765	443809	152150
Приморский край	379	13644	34083	2932051	752119
Хабаровский край	213	5284	9861	1460887	487816
Амурская область	138	2728	6877	783516	287663
Магаданская область	31	968	1761	326054	61992
Сахалинская область	62	1943	3679	581500	157347
Еврейская автономная область	14	796	1455	119814	22685
Чукотский автономный округ	7	154	419	42395	9502
<b>КФО</b>	<b>451</b>	<b>34008</b>	<b>104220</b>	<b>5387627</b>	<b>522015</b>
Республика Крым	392	31857	86850	5083387	489465
г. Севастополь	59	2151	17370	304240	32550

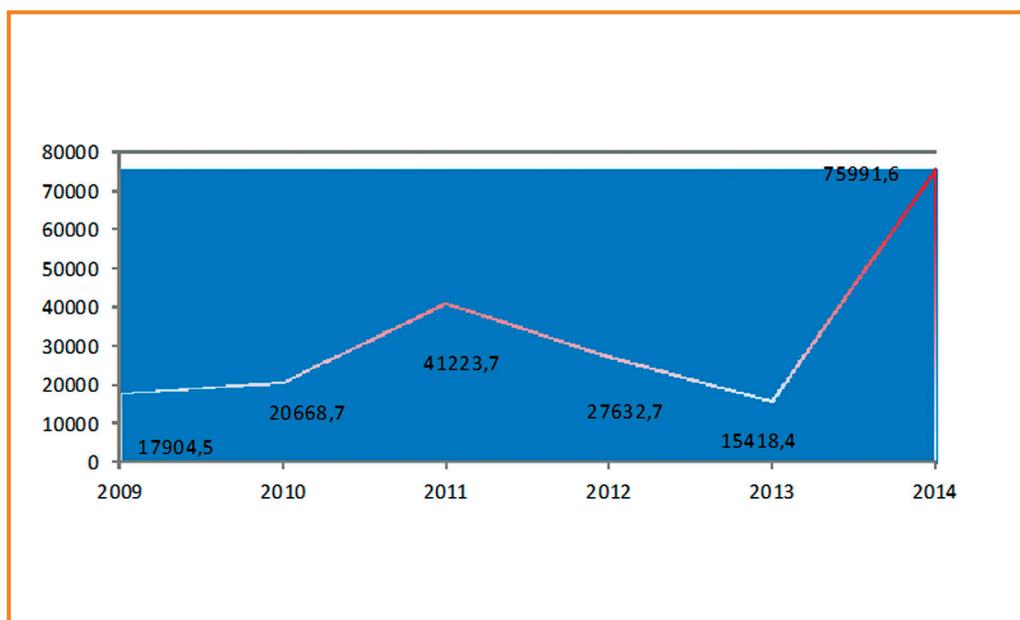
**Рисунок 5. Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения, (тыс. человек)**



**Рисунок 6. Численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения, (тыс. человек)**



**Рисунок 7. Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения (гостиниц, прочих мест для временного проживания), (млн. руб.)**



**Рисунок 8. Туристско-рекреационные кластеры, включенные в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»**



Рисунок 9. Объем платных услуг в 2014 году

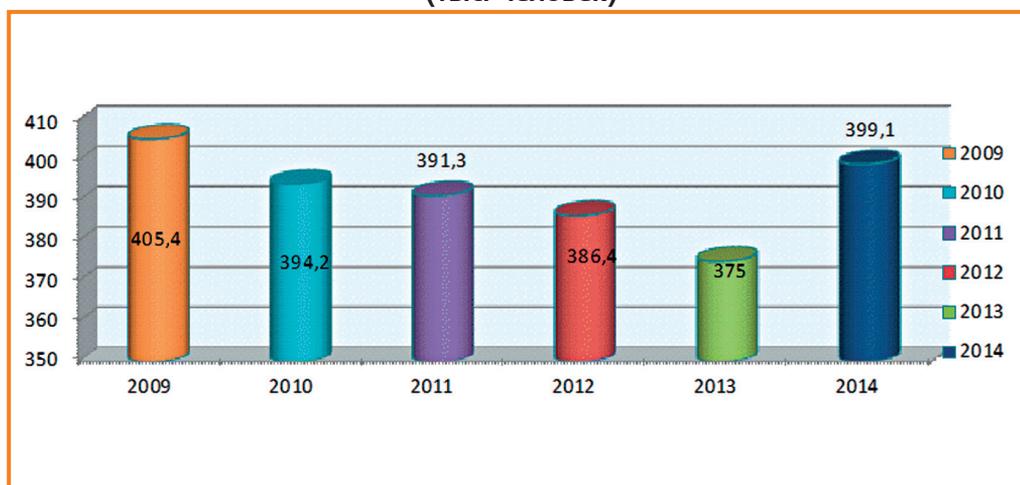
	Объем платных туристских услуг (млн. руб.)	Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн. руб.)
<b>Российская Федерация</b>	<b>147540.8</b>	<b>175708.5</b>
<b>ЦФО</b>	<b>40284.8</b>	<b>58049.7</b>
Белгородская область	859.3	894.3
Брянская область	604.6	557.3
Владимирская область	1280.7	1507.7
Воронежская область	823.6	895.1
Ивановская область	690.9	415.3
Калужская область	625.8	1169.1
Костромская область	446.0	390.2
Курская область	741.4	321.8
Липецкая область	1009.3	735.6
Московская область	7004.0	7215.0
Орловская область	667.5	300.7
Рязанская область	481.7	533.0
Смоленская область	126.1	468.7
Тамбовская область	419.6	252.7
Тверская область	971.4	1071.8
Тульская область	828.0	633.8
Ярославская область	500.1	883.1
г. Москва	22204.6	39804.5
<b>СЗФО</b>	<b>17776.0</b>	<b>21250.6</b>
Республика Карелия	723.6	625.7
Республика Коми	1665.2	780.2
Архангельская область	1770.8	1194.2
в том числе Ненецкий автономный округ	134.7	59.4
Вологодская область	1547.0	799.3
Калининградская область	1151.5	1118.3
Ленинградская область	268.3	1119.4

	Объем платных туристских услуг (млн. руб.)	Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн. руб.)
Мурманская область	1089.5	1017.3
Новгородская область	281.9	683.3
Псковская область	474.1	606.6
г. Санкт-Петербург	8804.1	13306.3
<b>ЮФО</b>	<b>9928.8</b>	<b>38815.0</b>
Республика Адыгея	33.9	232.4
Республика Калмыкия	72.3	60.3
Краснодарский край	5290.5	34393.3
Астраханская область	844.0	660.2
Волгоградская область	1705.9	1181.8
Ростовская область	1982.3	2287.1
<b>СКФО</b>	<b>4611.9</b>	<b>3536.4</b>
Республика Дагестан	2269.4	882.2
Республика Ингушетия	36.2	14.1
Кабардино-Балкарская Республика	717.5	261.6
Карачаево-Черкесская Республика	35.4	469.2
Республика Северная Осетия – Алания	189.7	161.5
Чеченская Республика	59.1	411.3
Ставропольский край	1304.4	1336.5
<b>ПФО</b>	<b>26389.3</b>	<b>19345.8</b>
Республика Башкортостан	3870.5	4304.2
Республика Марий-Эл	685.4	212.0
Республика Мордовия	522.6	261.4
Республика Татарстан	2477.5	4607.5
Удмуртская Республика	681.6	668.2
Чувашская Республика – Чувашия	701.8	420.4
Пермский край	3027.3	1158.7
Кировская область	1027.6	460.6
Нижегородская область	7243.8	2554.6
Оренбургская область	1287.3	1399.6

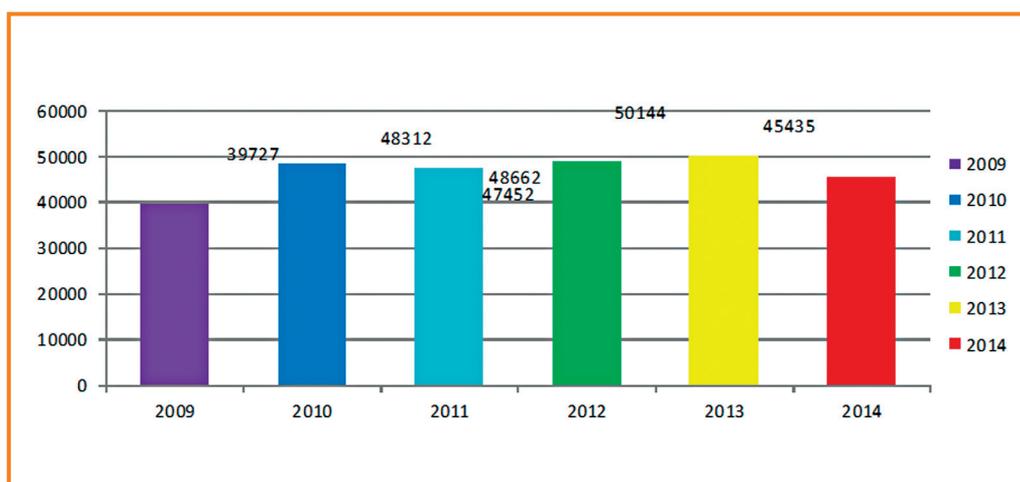
	Объем платных туристских услуг (млн. руб.)	Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн. руб.)
Пензенская область	836.7	676.7
Самарская область	1608.7	1280.2
Саратовская область	1244.8	829.3
Ульяновская область	1173.7	512.3
<b>УФО</b>	<b>22309.8</b>	<b>11967.7</b>
Курганская область	663.5	307.7
Свердловская область	13616.4	4947.8
Тюменская область	2804.0	4763.3
в том числе:		
Ханты-Мансийский автономный округ	1498.9	2033.8
Ямало-Ненецкий автономный округ	269.4	1025.0
Челябинская область	5226.0	1948.9
<b>СФО</b>	<b>18844.4</b>	<b>11227.3</b>
Республика Алтай	116.1	238.1
Республика Бурятия	894.3	870.2
Республика Тыва	20.4	68.6
Республика Хакасия	130.7	243.2
Алтайский край	859.4	1000.8
Забайкальский край	982.2	524.2
Красноярский край	3049.2	1808.7
Иркутская область	1550.8	1579.9
Кемеровская область	4376.9	1086.8
Новосибирская область	3487.2	2091.5
Омская область	1884.7	964.6
Томская область	1492.5	750.8
<b>ДФО</b>	<b>7071.5</b>	<b>9340.0</b>
Республика Саха (Якутия)	551.8	880.7
Камчатский край	656.2	377.9
Приморский край	1882.5	2939.3
Хабаровский край	1201.5	2551.7
Амурская область	1687.8	623.8

	Объем платных туристских услуг (млн. руб.)	Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн. руб.)
Магаданская область	402.2	189.7
Сахалинская область	533.4	1613.0
Еврейская автономная область	93.7	107.9
Чукотский автономный округ	62.4	56.1
<b>КФО</b>	<b>324.2</b>	<b>2176.0</b>
Республика Крым	253.7	2007.3
г. Севастополь	70.5	168.7

**Рисунок 10. Среднесписочная численность работников в коллективных средствах размещения (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера), (тыс. человек)**



**Рисунок 11. Численность работников турфирм (включая внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера), (человек)**



## ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

### АЛТАЙСКИЙ КРАЙ

Алтайский край является одним из ведущих туристических регионов Российской Федерации. Разнообразие природных комплексов, наличие уникальных памятников истории и культуры ежегодно привлекают сюда более 1,6 млн. российских и иностранных туристов.

Развитию сферы туризма уделяется особое внимание со стороны администрации Алтайского края. С 2011 года в крае действовала целевая программа развития туризма, реализация мероприятий которой завершилась в 2014 году. Были достигнуты планируемые целевые индикаторы, наибольший рост отмечается по следующим показателям:

- количество субъектов, оказывающих туристские и санаторно-оздоровительные услуги, возросло с 2010 года на 173 единицы и достигло 946;
- количество мест единовременного размещения в индивидуальных и коллективных средствах возросло с 2010 год на 1,2 тысячи и составило 47,2 тыс. в 2014 году;
- туристский поток увеличился с 1,2 млн. до 1,6 млн. человек.



С 2015 года действует государственная программа «Развитие туризма в Алтайском крае» соответственно на 2015-2020 годы.

Алтайский край посещает все больше туристов. Если в 2005 году турпоток в регионе составлял 0,5 млн. человек, то к 2014 году данный показатель увеличился более чем в 3 раза и, как уже упоминалось, превысил 1,6 млн. человек. Объем инвестиций в сферу туризма за 2011-2014 годы составил 8 млрд. рублей. В настоящее время ее доля

в ВРП Алтайского края с учетом мультипликативного эффекта составляет более 6,5%.

В Алтайском крае реализуются крупные инвестиционные проекты в сфере туризма. Создается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», являющаяся единственной особой

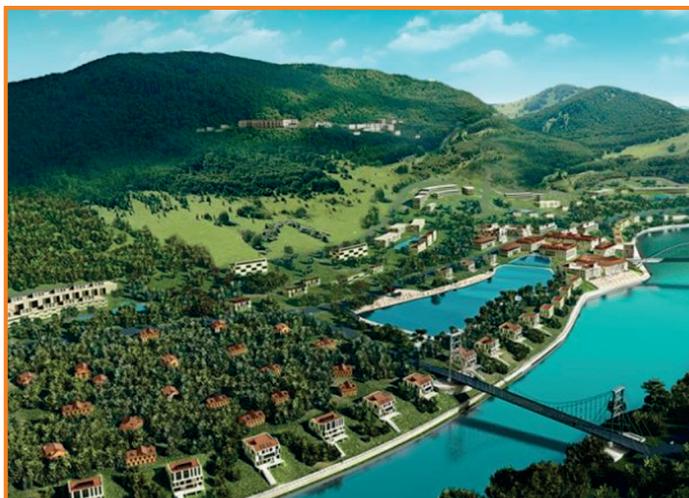
зоной такого типа, активно принимающей туристов, число которых с 2007 года превысило 2 млн. человек. Еще один проект — игорная зона «Сибирская монета», которая является единственной в РФ игорной зоной, действующей за Уралом. В рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (далее — ФЦП) формируются туристские кластеры «Белокуриха» и «Золотые ворота», а также новый кластер «Барна-

ул – горнозаводской город», создание которого начато в 2015 году.

В целом только по упомянутым 5 проектам планируется привлечение около 70 млрд. рублей государственных и внебюджетных инвестиций, создание более 11 тыс. новых рабочих мест, в оборот будет введено более 12 тыс. новых мест размещения.

На протяжении ряда лет успешно реализуется региональная программа развития придорожного сервиса. На основных как федеральных, так и региональных магистралях появились современные объекты европейского уровня.

Начиная с 2011 года за время реализации ФЦП в крае введены в эксплуатацию 19 туристских объектов.

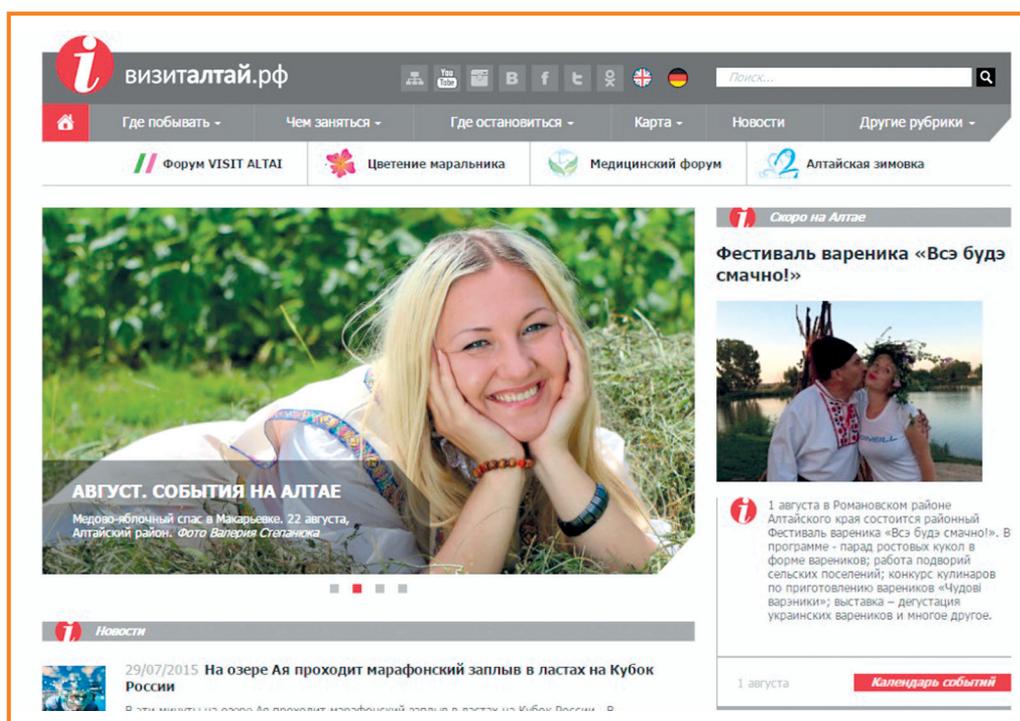


тетных направлений развития экономики, что позволило наладить в регионе успешно действующую систему межотраслевого взаимодействия. Развитие туризма учитывается органами

исполнительной власти края при планировании и реализации ведомственных мероприятий.

К примеру, при ежегодном формировании плана дорожных работ приоритетное внимание уделяется совершенствованию тех участ-

ков дорожной сети, по которым перемещаются основные грузовые и туристские потоки, позволяющие вывести комфорт пребывания отдыхающих в регионе на новый качественный уровень.



В рамках реализации проекта ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» введен в эксплуатацию 21 туристский объект.

В краевых документах стратегического планирования туризм обозначен одним из приори-

Важным направлением развития туризма в регионе является формирование конкурентоспособного продукта. За период 2011-2014 годов разработаны и утверждены более 30 новых туристических маршрутов, в том числе брендовые ту-

ристические маршруты: «Большое Золотое кольцо Алтая», «Малое Золотое кольцо Алтая», «Казачья подкова Алтая», «Алтайский гурман», «Сельская зеленая тропа Алтайского края».

В 2012 году в крае создано краевое государственное бюджетное учреждение «Туристский центр Алтайского края». Зарботала краевая информационная система, в которую вошли два ресурса, аккумулирующие информацию о туризме. Это интернет-портал [www.visitaltai.info](http://www.visitaltai.info) (визиталтай.рф) и сеть информационных терминалов, которые установлены в наиболее посещаемых туристами местах в г. Барнауле и иных городах и районах региона.

Алтайский край стал первым субъектом, в котором во исполнение поручения Президента Российской Федерации по разработке системы навигации и ориентирующей информации на транспортных магистралях были установлены информационные носители нового образца, обозначающие направления движения как к туристским объектам, так и к объектам культурного наследия. Всего в 2013-2015 годах в регионе установлено около 500 двуязычных туристских указателей.

С целью подготовки и повышения квалификации специалистов нижнего и среднего звена в сфере туризма в 2014 году при поддержке Ростуризма была создана и приняла первых студентов «Алтайская академия гостеприимства». Это не

имеющее аналогов на территории Российской Федерации учебное заведение способно обеспечить кадровые потребности отрасли не только в Алтайском крае, но и в соседних регионах.



Уникальность туризма в Алтайском крае заключается в необыкновенном сочетании природного ландшафта, богатой истории и культуры региона, что позволяет развивать практически все виды рекреационной деятельности. Сегодня в

крае представлены разнообразные программы отдыха и туризма. Функционируют и постоянно совершенствуются экологический, экстремальный, сельский, социальный и другие виды туризма.



В силу своего географического положения, богатства месторождений минеральных лечебных и лечебно-столовых вод, а также озер различной площади, проточности, солёности, многие из которых содержат большие запасы лечебных грязей,

Алтайский край, по данным ФГБУН «Томский НИИ курортологии и физиотерапии ФМБА России», относится к местностям 1 ранга — особо благоприятным для рекреации и климатолечения. Это обуславливает развитие санаторно-курортного комплекса в качестве одного из ведущих направлений сферы регионального туризма.

Санаторно-курортный комплекс Алтайского края представлен 44 организациями на 9 тыс. мест единовременного размещения, в которых

ежегодно отдыхают и поправляют здоровье более 180 тыс. человек.

Алтайский край входит в пятерку лидеров по количеству людей, размещенных в российских санаториях. А в разрезе регионов Сибирского федерального округа регион лидирует по числу мест в санаторно-курортных средствах размещения и количеству отдыхающих.

Активно в регионе развивается и экскурсионно-познавательный туризм. На территории Алтайского края располагаются тысячи памятников истории и археологии, некоторые из них признаны объектами мирового значения. Одним из таких объектов является всемирно известная «Денисова пещера», где найдены самые

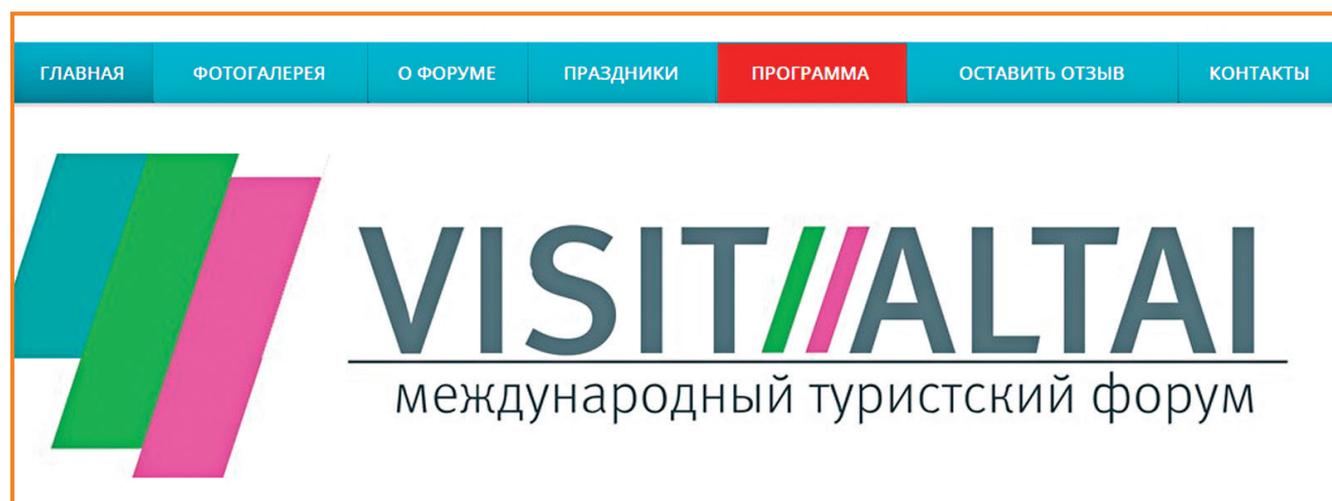


Это известный далеко за пределами края фестиваль «Сибирская масленица», международный туристский форум «VISIT ALTAI» в рамках которого проходят туристская выставка «АлтайТур. Алтай-

Курорт» и праздник «Цветение маральника», межрегиональный фестиваль национальных культур День России на «Бирюзовой Катуни», фестиваль напитков «Алтай Фест», фестиваль «Шукшинские дни на Алтае», Международный молодежный

форум АТР, Сибирский международный форум по оздоровительному и медицинскому туризму, праздник «Алтайская зимовка» и многие другие.

В событийных мероприятиях на территории края ежегодно принимают участие не только мест-



ранние в Северной Азии следы обитания древнего человека неизвестного до настоящего времени вида, названного учеными «денисовец».

Еще 10 лет назад в Алтайском крае, за исключением Шукшинских чтений, не проводились регулярные событийные мероприятия в сфере туризма. В настоящее время более 10 культурных и гастрономических событий российского и международного уровня популярны у туристов и собирают тысячи гостей ежегодно.

ные жители, но и тысячи гостей из других регионов России и из-за рубежа.

Край был неоднократно отмечен ведущими премиями в области туристической индустрии на российском и международном уровне. На Всероссийском форуме «Здравница» четыре года подряд город-курорт Белокуриха признавался победителем в номинации «Лучший курорт федерального значения».

В 2014 году регион стал финалистом в номинациях «Регион для путешествий по России» и «Про-

ект года в сфере экотуризма» в самой престижной российской премии в области путешествий «Моя планета».

Высшей награды Гран-при регионального этапа Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards удостоен проект «Праздник «Цветение маральника» в номинации «Лучший проект по популяризации событийного туризма».

В декабре 2014 года по итогам конкурса национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards, КГБУ «Туристский центр Алтайского края (Алтайтурцентр)» назван лучшим среди туристских информационных центров России, а туристско-рекреационный комплекс «Сибирское подворье» (ЗАО «Курорт Белокуриха») определен лучшим среди российских площадок событийного туризма.



## РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ

Республика Бурятия по своему туристско-рекреационному потенциалу является одним из перспективных регионов России. Удобное географическое положение, богатейшие историко-культурные и природные ресурсы, сложившаяся транспортная схема, связывающая озеро Байкал с регионами России и с зарубежными странами, стабильная экологическая ситуация, мирное сосуществование религий, растущая популярность направления способствуют быстрому развитию туризма.

Озеро Байкал, 60% водосборной площади которого расположено на территории Республики Бурятия, входит в пятерку наиболее привлекательных направлений для иностранных туристов. Наличие разнообразных туристско-рекреационных активов республики позволяет развивать практически все виды туризма: культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, детский, деловой, активный, круизный, экологический, сельский, событийный и другие.

По каждому направлению выполняется комплекс мероприятий в рамках Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на 2011-2016 гг.» и государственной программы Республики Бурятия «Экономическое развитие и инновационная экономика» (подпрограмма «Туризм»).



В Бурятии работают 17 туроператоров, которые входят в Единый федеральный реестр, 5 из них имеют право осуществления безвизового туристского обмена с Китаем в соответствии с Соглашением между правительством РФ и правительством КНР о безвизовых групповых туристических по-

ездках от 29.02.2000 года. На территории республики также работают порядка 80 туристских агентств.

В период 2010-2014 годов рынок туризма Республики Бурятия характеризовался положительной устойчивой динамикой: количество туристов увеличилось в 2 раза и составило 940,0 тыс. человек, объем платных услуг увеличился в 1,6 раза и составил 2,08 млрд. рублей.

В целях решения основных проблем развития туристско-рекреационного комплекса в Республике Бурятия определены

приоритетные виды туризма, инвестиционные площадки, локальные нитки туристских маршрутов, связанных единой тематической специализацией, транспортной доступностью, наличием объектов туризма и инфраструктуры. Сформированы меры государственной поддержки. Ряд крупных инвестиционных проектов республики включен в перечень приоритетных инвестпроектов Сибирского федерального округа.

С 2012 года в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» осуществляется реализация 4 укруп-

ненных инвестиционных проектов: туристско-рекреационного кластера «Подлеморье» (Кабанский район), автотуристских кластеров «Байкальский» (Иволгинский район), «Кяхта» (Кяхтинский район), «Тункинская долина» (Тункинский район).

Кяхтинском районах, городах Улан-Удэ и Северо-Байкальске.

В соответствии с Распоряжением Правительства Республики Бурятия от 08.06.2010 г. № 370-р в перечень приоритетных инвестиционных проектов, реализуемых на территории, включены



С 2007 года в Прибайкальском районе Республики Бурятия в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации № 68 от 3 февраля 2007 года сроком на 50 лет создается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Байкальская гавань».

В соответствии с Законом Республики Бурятия «О зонах экономического благоприятствования в Республике Бурятия» от 14.03.2007 г. № 2073-III в целях создания условий для развития рекреационных территорий и привлечения инвестиций постановлениями Правительства РБ от 27.05.2010 г. № 213, от 10.04.2012 № 192 определены 8 зон экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа в Северо-Байкальском, Тункинском, Заиграевском, Иволгинском, Кабанском,

проекты этнокомплекса «Степной кочевник», туристско-рекреационного кластера «Подлеморье», автотуристских кластеров «Кяхта», «Байкальский», «Тункинская долина».

В новых экономических реалиях основные тенденции рынка туруслуг на предстоящие годы связаны с возрастающим турпоток из Азиатско-Тихоокеанского региона (Китай, Южная Корея, Монголия). В связи с этим важнейшей задачей определена работа по созданию комфортной информационной среды и обеспечению безопасности туристов. Гостиницы города Улан-Удэ приступили к реализации программы «Чайна Френдли» по созданию комфортной среды для туристов из Китая.

В Республике Бурятия расположено 10 учебных заведений, в том числе 4 высших учебных заведе-

ния, осуществляющих подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров в сфере туризма и гостеприимства.

В целях продвижения туристских ресурсов республики, привлечения потенциальных инвесторов ежегодно размещается рекламно-информационная продукция в периодических изданиях, организуется участие в телевизионных программах

о туристских ресурсах, издаются путеводители и буклеты. В Республике Бурятия создана сеть туристско-информационных центров в наиболее популярных местах массового отдыха, действует республиканский туристско-информационный центр (ТИЦ) «Визит Бурятия». Ежегодно информационная поддержка ТИЦ оказывается более чем 10 тыс. человек.



## ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

«Великий Устюг — родина Деда Мороза» — уникальный туристский проект, в основу которого была положена идея объединения национальных традиций через образ Деда Мороза.

Проект родился как ответ на проблемы большинства малых городов — отток молодежи в крупные города, бесперспективность промышленного развития, высокий уровень безработицы.

Он был запущен в 1998 году, когда в 12 км от города отвели территорию под строительство вотчины Деда Мороза. В 2002 году региональные власти разработали стратегию развития проекта, сочетающего ценные архитектурные ансамбли

Основными туристскими объектами, относящимися к тематике великоустюжского Деда Мороза, являются:

- загородная вотчина Деда Мороза (с зоопарком, поляной сказок, кузницей, теплицей, ледяной горкой);
- городская резиденция Деда Мороза;
- почта Деда Мороза — специализированное почтовое отделение, принимающее и отправляющее многочисленную корреспонденцию Деда Мороза (ежегодно сюда приходит более 2 млн. писем из всех регионов России и 15 зарубежных стран);
- пасека Деда Мороза;
- дворец Деда Мороза;
- монетный двор;

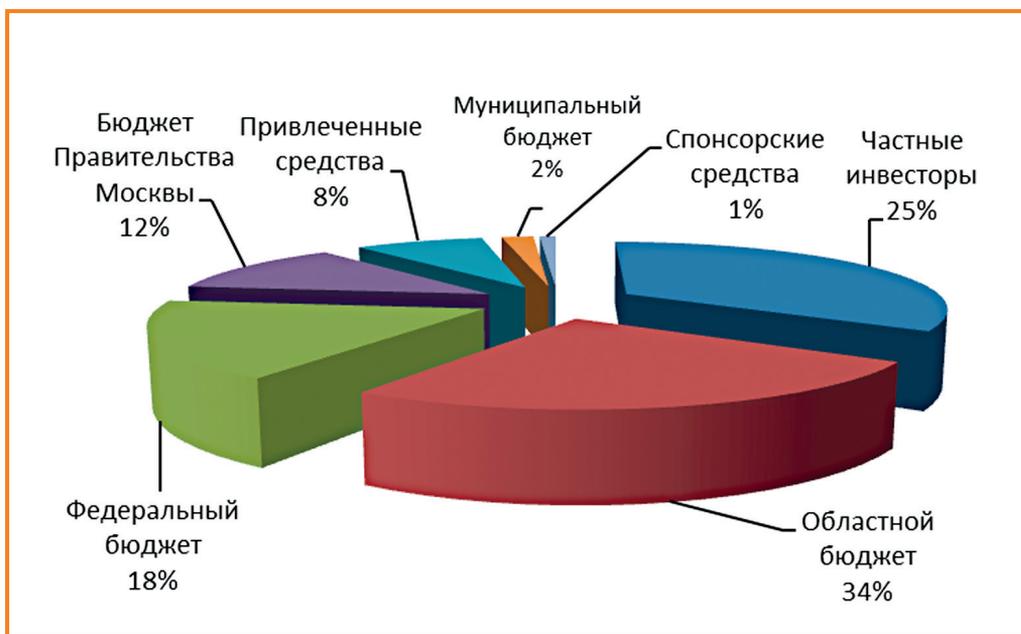


Рис. 3.1. Структура капиталовложений в проект «Великий Устюг — родина Деда Мороза»

XVII-XVIII веков, уникальные природные ландшафты и сказочную идею. Проект стал ярким примером государственно-частного партнерства. За период 1998-2010 годов в развитие проекта «Великий Устюг — родина Деда Мороза» вложено 1,84 млрд. рублей, из них около 18% — средства федерального бюджета, 12% — бюджета Правительства Москвы, 36% — бюджета Вологодской области и муниципального района и 34% — средства частных инвесторов (рис. 3.1).

- этнографическое поселение в деревне Морозовицы;
- выставка «Новогодняя игрушка»;
- музей и церкви города.

Также предлагаются обзорная или тематическая экскурсии по городу, мастер-классы, игровые танцевальные и развлекательные программы, производственные экскурсии и т.п.

В городской туристской сфере в высокий сезон занято более 9% от общей численности активно-

го населения. В целом занятость жителей города в сфере туризма выросла за время реализации проекта в 500 раз. В городе увеличилось коли-



чество магазинов, предприятий общественного питания. Продукция многих предприятий Великого Устюга и области стала маркироваться «торговыми знаками Деда Мороза» и пользоваться большим спросом.

Огромное влияние проект оказал на развитие инфраструктуры города, в том числе туристской. Например, был отремонтирован вокзал. В начале

До сих пор пиковым периодом остаются зимние каникулы. В связи с этим одной из первоочередных задач дальнейшего продвижения бренда «Ве-



ликоустюжский Дед Мороз» является увеличение продолжительности высокого сезона, для чего уже приняты определенные меры. В частности, днем рождения Деда Мороза объявлено 18 ноября. Весной проходят различные празднования с участием Деда Мороза. Еще одной идеей для увеличения туристского потока в летний период стало создание в 2006 году пасеки Деда Мороза.



проекта в Великом Устюге была только одна гостиница, сейчас их 19.

Одной из проблем развития туризма в Великом Устюге является ярко выраженная сезонность.

Проект носит прежде всего образовательную направленность. Таким образом, увеличение высокого сезона в Великом Устюге происходит за счет увеличения потоков событийных туристов, а также

за счет расширения представления о Деде Морозе не только как о зимнем персонаже.

За 16 лет посещаемость Великого Устюга возросла с 3 тыс. человек до 221,7 тыс. (в 2014 году). Таким образом, туристский поток вырос примерно в 70 раз. В Великий Устюг едут туристы из Нижнего Новгорода, из Сыктывкара, Коми, Рязани, Уральского региона, Краснодарского края. Примерно 60% туристов приезжают из Москвы и Санкт-Петербурга, еще 15% — из Екатеринбурга.

По данным департамента культуры и туризма администрации Вологодской области обслуживанием туристов на родине Деда Мороза занимаются 11 туристских фирм (в 2013 году было 10 туристских фирм), 36 коллективных средств размещения с номерным фондом на 2578 мест (в 2013 году — 31 коллективное средство размещения с фондом на 2190 мест), 39 предприятий общественного питания с 3150 посадочных мест (в 2013 году — 37 предприятий общественного питания, посадочных

мест — 2887). За 1998-2014 годы в проект вложено более 2,1 млрд. рублей, более 50% из которых — частные инвестиции.

Региональный бренд «Великий Устюг — родина Деда Мороза» является одним из самых успешных в Вологодской области и России в целом. Ориентировочная туристская емкость проекта составляет 500 тыс. посещений в год. В связи с этим решено актуализировать стратегию проекта, определить его ключевые направления и разработать новую «дорожную карту» по усилению инвестиционной составляющей и созданию нового генерального плана «Вотчины Деда Мороза». Основные задачи проекта — сохранение и продвижение образа российского Деда Мороза в качестве одного из национальных символов — брендов России, создание развитой туристской инфраструктуры, разработка новых видов туристских продуктов и активизация привлечения инвестиций с применением механизмов государственно-частного партнерства.

## РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН

Республика Татарстан показывает устойчивую положительную динамику по основным показателям развития сферы туризма. Ежегодный средний прирост туристского потока сюда составляет 14,8%.

В 2014 году Татарстан посетили более 2,5 млн. туристов и экскурсантов, что на 16,3% больше, чем в 2013 году. Объем оказанных услуг в сфере туризма в 2014 году в республике составил более 10 млрд. рублей, а с учетом смежных отраслей — более 18 млрд. рублей.

Республика Татарстан уделяет особое внимание развитию туристских центров региона.



туристская инфраструктура — средства размещения и питания.

В 2014 году древний город Болгар вошел в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В 2015 году туристско-рекреационный кластер «Свияжск» вошел в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)». В результате реализации проекта туристический поток с 2010 по 2014 год вырос в Болгаре с 55 тыс. человек до 286 тыс., в Свияжске — с 11 тыс. до 192 тыс. человек.

В республике ведется активная работа по повышению квалификации кадров в сфере туризма. Начиная с 2013 года в регионе ежегодно реализуется



Начиная с 2010 года правительством Республики Татарстан при поддержке Министерства культуры Российской Федерации ведется целенаправленная работа по возрождению древнего города Болгар и острова-града Свияжск и созданию в них новых туристских маршрутов. Сегодня на этих объектах на основе государственно-частного партнерства отреставрированы памятники истории и культуры, созданы новые объекты показа, а также современная

республиканская тренинговая программа обучения специалистов «Туризм. Перезагрузка». За последние три года по данной программе подготовлены специалисты гостиничного хозяйства, сельского туризма, а также объектов общественного питания. Общий охват участников программы составил более 2,8 тыс. человек. Основной акцент в этом проекте делается на обучение навыкам гостеприимства и внедрению программ управления качеством в гостиницах, ресторанах и торговых центрах.

В 2014 году проведена оценка качества на объектах туристической индустрии по международной методике «Тайный гость». Были проверены 137 средств размещения региона.

В результате уровень удовлетворенности качеством услуг в Республике Татарстан повысился с 52% до 67%.



В регионе работает АНО «Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан», которая была создана в 2009 году. В организации состоят студенты профильных вузов. Ассамблея помогает в организации самых крупных мероприятий, проходящих на территории региона.

Ежегодно ассамблея при поддержке Государственного комитета Республики Татарстан по туризму реализует проект «Гостеприимная Казань». Ежедневно студенты университетов и институтов выходят на самые оживленные места Казани и помогают туристам ориентироваться в городе.

Еще одним важным проектом, реализуемым ассамблеей, является проект «Молодежный отель». Это программа стажировки для студентов, обучающихся по направлению «Туризм», дающая возможность попробовать силы в не-

скольких смежных профессиях сферы гостиничного бизнеса.

В проект было вовлечено более 1300 студентов профильных факультетов вузов Татарстана.

В целях повышения привлекательности региона в Республике Татарстан реализуется программа «Weekend в Казани». В выходные дни

туристы размещаются в гостиницах с 40%-ной скидкой и имеют специальные скидки по «карте гостя» на услуги в объектах питания, музеях и музеях-заповедниках, а также объектах индустрии развлечений. В результате реализации программы загрузка в гостиницах в выходные дни выросла с 15% в 2009 году до 65% в 2014 году.

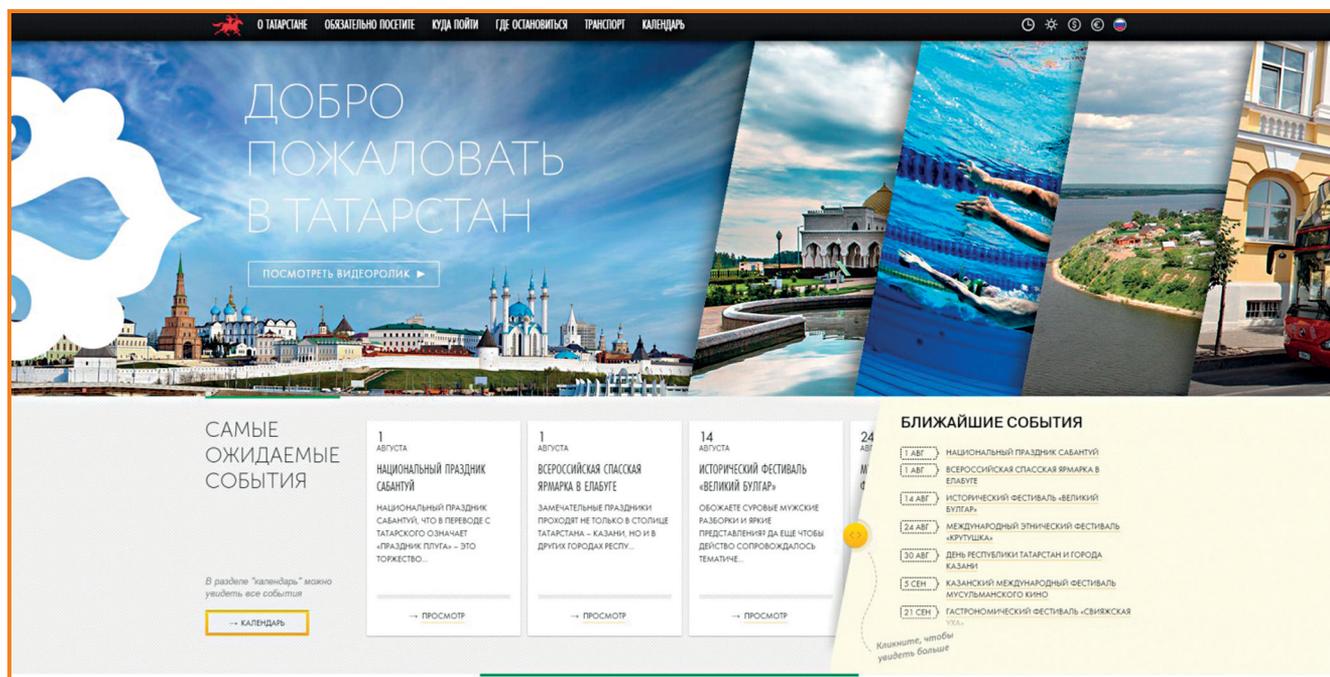


Первостепенное значение в республике придается продвижению туристских возможностей региона в России и за рубежом. Определены приоритетные для продвижения туристские рынки – Россия, Турция, Китай, Финляндия. Ежегодно Татарстан принимает участие в 10-12 российских и зарубежных туристских выставках, организуются презентации для средств массовой информации и туроператоров. Большое значение придается подписанию соглашений с крупными зарубежными

туроператорами, отправляющими туристов в Россию, организации совместных информационных туров для туристических компаний и СМИ, рекламным кампаниям в странах, представляющих маркетинговый интерес для Татарстана. По итогам

2015 года в республиканских, российских и зарубежных СМИ вышло более 1000 сюжетов о туризме в Татарстане.

В 2015 году запущен официальный туристский портал Республики Татарстан – [visit-tatarstan.com](http://visit-tatarstan.com)



## РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

В Рязанской области в последние годы отмечается устойчивый рост показателей, характеризующих развитие туристической отрасли. За последние 4 года объем инвестиционных вложений в индустрию туризма составил более 3,5 млрд. руб-

Оказанная в рамках ФЦП государственная поддержка по созданию транспортной и инженерной инфраструктуры позволила инвестору ускорить темпы возведения объектов и приступить к их эксплуатации.

До недавнего времени при всех имеющихся преимуществах, а именно близости к столице, транспортной доступности, наличии уникальных



лей, создано 1000 рабочих мест, увеличение туристского потока фиксируется на уровне 88%, на 60% выросло количество предложений в сегменте рекреационного и событийного туризма.

Достижению данных результатов во многом способствовало участие Рязанской области в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» с проектом по созданию туристско-рекреационного кластера «Рязанский».

До конца 2018 года общий объем инвестиций кластера составит более 4 млрд. руб., из которых 77% — средства частных инвесторов, 23% — средства федерального и областного бюджетов.

Можно говорить о первых результатах реализации проекта: введены в эксплуатацию крупные инфраструктурные объекты, включающие гостиничные, ресторанные, банные комплексы, всезонный аквапарк, пляжные и парковые зоны, зоны отдыха на открытой воде, multifunctional спортивные площадки, ремесленные мастерские.

объектов культуры, истории, архитектуры и природных достопримечательностей, Рязанская область не имела возможности заявить о себе как о привлекательной туристской дестинации. Инвесторы рассматривали ее как промышленно ориентированный регион. Благодаря участию в ФЦП ситуацию удалось изменить. Региональные инвесторы активно включились в работу по созданию современной туристской инфраструктуры, объективно оценив все риски развития данного направления. В 2011 году реализация проектов кластера велась двумя инвесторами, сегодня их четыре. В 2016 году планируется участие еще одного инвестора.

Инвестиционная активность отмечается не только в рамках реализации проектов кластера «Рязанский», но и в малых исторических городах региона, обладающих уникальным историческим и культурным наследием, а также сельских территориях, где сохранились усадебные комплексы, связанные с жизнью выдающихся деятелей стра-

ны. Приспособление объектов культурного наследия под современное использование и вовлечение усадебных комплексов в туристский оборот является одним из приоритетных направлений развития туризма в регионе. Рязанская область в числе пилотных стала участником национального проекта «Русская усадьба», на принципах государственно-частного партнерства на базе объектов культурного наследия создано несколько частных музеев, реализован проект по созданию центра народно-художественных промыслов.

Примерно 60% туристического спроса на региональный продукт приходится на сегмент культурно-познавательного туризма. Главными объектами для посещения являются Рязанский кремль, музей-заповедник С.А. Есенина, музей-усадьба академика И.П. Павлова, их развитию уделяется особое внимание.

В стадии реализации находится проект по воссозданию исторического облика с. Константиново, родины С.А. Есенина: восстановление утраченных объектов и приспособление их под музейные экспозиции, разработка проекта «Есенинская Русь».

В рамках Федеральной целевой программы «Культура России (2012-2018 годы)» начато строительство нового здания Рязанского историко-архитектурного музея-заповедника. Данные мероприятия позволят расширить возможности организации приема посетителей, повысить туристскую привлекательность объекта.

Увеличение туристского потока также будет обеспечено за счет создания условий для обслуживания круизных судов. До конца 2015 года будет завершено строительство гидроузла «Кузьминск», работа которого позволит значительно продлить навигационный период на реке Оке и,

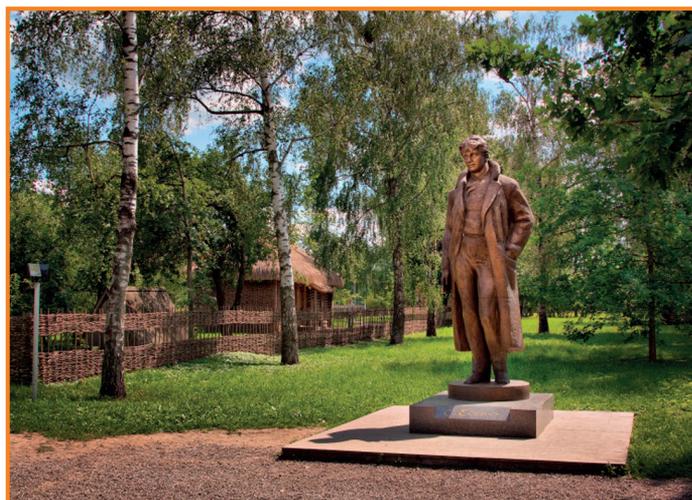
как следствие, повысить посещаемость объектов туристского показа, расположенных на территории г. Рязани и Рыбновского района.

В целях продвижения туристских ресурсов региона Рязанская область проводит активные рекламные

кампании. Участие в международных туристских выставках, road-show, проектах по созданию мобильных приложений, организация информаци-

онных и пресс-туров, создание современного туристического портала, реализация регионального проекта «Отдыхай дома! Путешествуй по Рязанской области!» позволили привлечь в регион крупных российских туроператоров и увеличить на

25% количество индивидуальных туристов. Для последних в регионе создается комфортная туристская среда: ведется работа по внедрению всероссийской системы навигации и ориентирующей информации, в 2014 году в г. Рязани начал свою работу региональный туристско-информационный центр. В 2015 году подобный центр появится в одном из малых городов Рязанской области, городе Касимове.



## ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Тамбовская область, являясь не самым крупным регионом Российской Федерации, обладает достаточно широким спектром туристских ресурсов.

На территории Тамбовщины представлены 1340 объектов туристского показа, 19 памятников федерального значения, более 200 объектов паломнического туризма (храмы, монастыри, святые источники), памятники военно-оборонительного характера и культурного наследия XVII-XVIII веков, усадебные дворцово-парковые ансамбли XIX – начала XX века.

Четыре города области вошли в перечень исторических городов России – это Тамбов, Кирсанов, Мичуринск, Моршанск.

На территории области работают 65 гостиниц, санаториев и баз отдыха, готовые одновременно принять 6390 человек, широко развита инфраструктура общественного питания и развлечений.

Бренды Тамбовщины известны далеко за ее пределами. Именно здесь самые вкусные в России картошка, яблоки и тамбовский окорок. И, конечно, многие слышали о знаменитом «тамбовском волке» и местном меде.

Немаловажным фактором в туристской привлекательности Тамбовской области является экологическая чистота территории – по данным не-

зависимой общественной организации «Зеленый патруль», начиная с 2011 года область признается самой экологически чистой в России. Являясь центром производства сельскохозяйственной продукции, крестьянским регионом, область активно развивает экологический и сельский туризм.



развития внутреннего туризма. Результаты этой работы привели к значительному росту въездного турпотока на территорию области с 2009 по 2014

Региональная политика в сфере развития этой отрасли направлена на формирование привлекательного туристского имиджа региона, его продвижение на всероссийских и международных выставках, создание благоприятных условий для устойчивого

развития внутреннего туризма. Результаты этой работы привели к значительному росту въездного турпотока на территорию области с 2009 по 2014 год, что соответственно увеличило объем оказанных туристских услуг, доходность коллективных средств размещения.

Рост въездного турпотока в регион характеризуется устойчивой положительной динамикой: общий турпоток в области уве-

личился более чем в 2,5 раза по сравнению с 2009 годом и составил 806,5 тыс. человек. Объем туристских услуг вырос более чем в 2 раза, и почти на 20% увеличилось количество коллективных средств размещения.

Однако, как и для большинства регионов России, для Тамбовской области значимой является проблема сезонности туристского потока. Анализ посещаемости музеев и заполняемости коллективных средств размещения в течение года показыва-

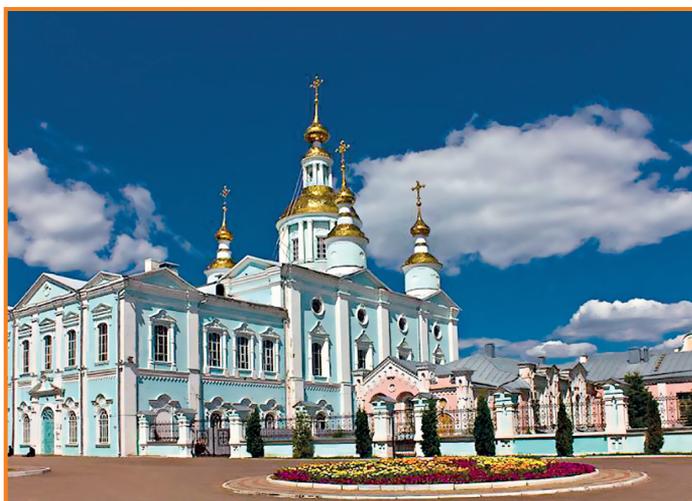
ет, что пиковым временем являются июль-август и декабрь-январь. Поэтому, когда в 2011 году решался вопрос о возрождении Покровской ярмарки, наряду с задачей предложить потребителям настоящую фермерскую продукцию и возродить исторический праздник, было желание увеличить туристический поток как раз в низкий сезон.

Впервые ярмарка прошла в 2011 году, и весьма успешно. При этом за 4 года существенно изменились возрастной контингент покупателей и цели, с которыми они приходят на ярмарку. Это происходит благодаря новым событиям, привлекающим посетителей. Если на первой ярмарке объем продаж составил 13,7 млн. руб., а посетителей было порядка 45 тыс. человек, то доходность четвертой ярмарки выросла до 63 млн. руб., а количество посетителей превысило 120 тыс. человек.

Большой популярностью пользуется культурно-познавательный туризм. Тамбовская область богата уникальными местами. Прежде всего это музеи-усадьбы прославленных земляков: Рахманинова, Мичурина, Чичерина, Герасимова, Асеева и других.

В соответствии с Законом Тамбовской области «О туризме в Тамбовской области» детско-юношеский туризм является одним из приоритетных направлений. Ежегодно проводится региональный конкурс областных государственных и муниципальных учреждений общего и дополни-

тельного образования, реализующих программы детско-юношеского спортивного туризма. Победители и призеры конкурсного отбора получают из областного бюджета гранты на развитие детско-юношеского туризма в размере от 100 до 250 тыс. рублей.



большинстве храмов, монастырей и святынь. Путеводитель посвящен 330-летию Тамбовской епархии и 100-летию со дня прославления и от-

крытия святых мощей святителя Питирима. Кроме того, в области активно развивается паломнический туризм. При поддержке митрополита Тамбовского и Рассказовского Феодосия выпущен паломнический путеводитель по святым местам Тамбовской области, где подробно рассказывается о

Путеводитель включает информацию об 11 паломнических маршрутах по области и является хорошим подспорьем всем путешествующим по святым местам Тамбовщины.

В Тамбовской области ежегодно проводятся музыкальные и театральные фестивали: Международный фестиваль им. С.В. Рахманинова; Международный фестиваль духовых оркестров им. В.И. Агапкина; Всероссийский театральный фестиваль им. Н.Х. Рыбакова. Уникальными событиями для музыкантов и слушателей всего мира являются регулярные выступления и мастер-классы в Ивановке, в музее-усадьбе С.В. Рахманинова, звезд классической музыки, таких как Елена Образцова, Михаил Плетнев, Денис

Мацуев, Николай Луганский. Возможность увидеть и услышать именно таких прославленных мастеров ежегодно привлекает в Ивановку до 70 тыс. посетителей.

Государственная поддержка развития туризма отражена в Законе Тамбовской области «О туризме в Тамбовской области», разработана и реализуется государственная программа Тамбовской области «Развитие физической культуры, спорта и туризма» на 2014-2020 годы (постановление администрации области от 27.09.2013 г. № 1025). При администрации Тамбовской области действует координационный совет по туризму (постановление администрации области от 3 июня 2011 г. № 604 «О координационном совете при администрации Тамбовской области по туризму»).

Очевидно, что сохранение и увеличение туристического потока возможно при реализации крупных инвестиционных инфраструктурных проектов. В регионе предполагается реализация инвестиционного проекта по созданию туристско-рекреационного кластера «Рахманинов-

ский», объединяющего Тамбов и с. Ивановка Уваровского района. В рамках проекта планируется строительство и реставрация 8 объектов коллективных средств размещения, создание 2 туристско-развлекательных центров, 2 крупных объектов общественного питания, создание многофункционального досугово-туристического комплекса «Заречье» общей площадью 15 гектаров. Инвестиционный проект предусматривает общий объем финансирования в размере 5348,6 млн. руб., в том числе за счет средств федерального бюджета – 1316 млн. руб.; субъекта Российской Федерации – 368 млн. руб.; внебюджетных источников финансирования – 3664,6 млн. рублей.

Учитывая преимущества и проблемы туристской отрасли региона, в Тамбовской области расставлены акценты на развитии событийного туризма, использовании потенциала культурно-познавательного и в том числе паломнического, экологического, социального туризма, что должно дать импульс к развитию региона.

## ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Традиционно Центральная Россия привлекала туристов своими историческими, культурными и природными достопримечательностями.

В Ярославской области важным фактором в области привлечения инвестиций в туристскую отрасль стало наличие высоко-историко-культурного потенциала. Четыре города области входят в туристский маршрут «Золотое кольцо России», в том числе Переславль-Залесский, Ярославль, Ростов, Углич.

Принятие в 2011 году Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)» явилось действенным механизмом для развития внутреннего и въездного туризма в регионе. Благодаря реализации программы въездной турпоток ежегодно увеличивается. В 2012 году область приняла 2,2 млн. туристов, в 2013-м – 2,9 млн. туристов, а в 2014-м – 3,2 млн. туристов.

В настоящее время в регионе успешно реализуется ряд соглашений, базирующихся на принципах партнерства государства и бизнеса.

Одним из первых проектов, включенных в мероприятия ФЦП, стал инвестиционный проект по созданию туристско-рекреационного кла-

стера «Золотое кольцо». Более 70% от общего объема средств, направляемых на развитие туристско-рекреационного кластера в Переславском районе, составляют внебюджетные инвестиции. Объем вложенных средств инвестором на 01.07.2015 г. составляет более 3 700,00 млн.

рублей, должны заработать три гостиницы, комплекс из 30 мини-отелей, туристский центр. В декабре 2012 года на строительство объектов обеспечивающей инфраструктуры проекта направлены первые бюджетные средства на условиях софинансирования из федерального, областного и местного

бюджетов. В настоящее время завершено строительство четырех объектов обеспечивающей инфраструктуры с общим объемом финанси-

рования из средств федерального бюджета в размере 317,5 млн. руб., областного бюджета – 53,5 млн. руб., местного бюджета – 2,7 млн. рублей. Все участники проекта выполняют принятые на себя обязательства. В 2015-2018 годах плани-

руется строительство новых объектов электроснабжения и берегоукрепления.

Социальный эффект от реализации проекта выражается в создании более 250 дополнительных рабочих мест, увеличении турпотока более чем на 120 тыс. человек в год, увеличении номерного фонда в коллективных средствах размещения на



15 тыс. кв. метров. Дальнейшая реализация проекта в рамках мероприятий ФЦП позволит обеспечить объем налоговых поступлений в бюджеты всех уровней за период 2015-2018 годов в объеме 332 млн. рублей, притом что за период 2010-2014 годов сумма налоговых поступлений составила 84,7 млн. рублей.

В 2013 году в мероприятия ФЦП был включен еще один инвестиционный проект – «Ярославское взморье». Он объединяет берега реки Волги и Рыбинского водохранилища, а также такие знаменитые туристские объекты, как «Коприно», «Мышкин», «Спасское».

На сегодняшний день частные инвестиции в проект уже превысили 1 300,00 млн. рублей, построены и принимают туристов средства размещения общей площадью номерного фонда порядка 10 тыс. кв. метров. В соответствии с проектом инвестор готов вложить более 4 млрд. руб. в строительство объектов туристской инфраструктуры. Поддержка государства выразилась в строительстве необходимых объектов обеспечивающей инфраструктуры.

На сегодняшний день закончено строительство объекта «Берегоукрепление в районе д. Петраково с возможностью причаливания туристических судов для «зеленой стоянки». Его

строительство позволит в судоходном сезоне 2015 года принять на территорию Рыбинского района более 15 тыс. туристов, а в 2016 году дополнительно привлечь 60 тыс. туристов в период навигации. В 2015-2018 годах ожидается строительство других обеспечивающих инфраструктурных проектов.

В результате реализации проекта планируется создать более 2,4 тыс. рабочих мест, турпоток должен увеличиться на 150 тыс. человек в год, площадь номерного фонда в коллективных средствах размещения – более чем на 14 тыс. кв. метров. Объем налоговых поступлений в бюджеты всех уровней за период 2015-2018 годов ожидается в объеме 565 млн. руб., притом что за период 2010-2014 годов сумма налоговых поступлений составила 298,38 млн. рублей.

Государственная поддержка туризма является мощным стимулирующим фактором. На примере проекта «Ярославское взморье» сформировалась лучшая практика: организовано взаимодействие между крупным и малым бизнесом в смежных сферах деятельности, предприятия малого и среднего предпринимательства вовлечены в проекты развития туристско-рекреационного кластера, и это положительно сказывается на социально-экономическом развитии региона.

ДЛЯ ЗАМЕТОК