

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ЗАМЕСТИТЕЛЬ МИНИСТРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
И ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Владимир Игоревич Стржалковский

Российская Федерация, несмотря на свой высокий туристский потенциал, пока занимает незначительное место на мировом туристском рынке: ее доля составляет около 1% мирового туристского потока (6,8 млн. туристов, посетивших Россию, от 698 млн. мировых международных туристских прибытий).

По данным Госкомстата России, в 2000 г. нашу страну посетили 21,2 млн. иностранных граждан из 200 стран мира, однако численность приехавших с туристскими целями составила лишь 6,8 млн. человек.

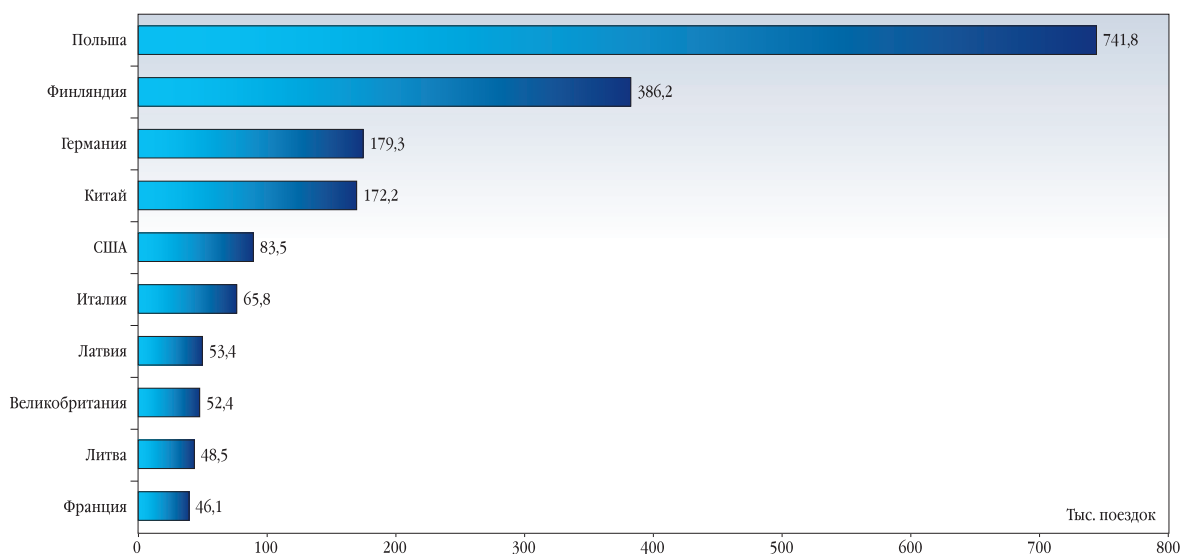
Страны дальнего зарубежья составляют 35% от общего количества приезжающих в Россию иностранцев. При этом следует отметить высокую концентрацию въездного потока на десяти странах дальнего зарубежья, лидирующих по количеству прибытий в РФ, на них приходится 83% всего рынка (рис. 1). Общее число чисто туристских поездок с целью отдыха в Россию в 2000 году составило 2 214 тыс.чел.

Въездной и внутренний туризм

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» признает туризм приоритетной отраслью экономики России. При этом определено, что основным направлением государственной поддержки должно стать развитие *въездного и внутреннего туризма*.

Основными странами, поставляющими туристов в Российскую Федерацию, являются Финляндия, Германия, США, Великобритания, Франция и Италия. Данные ВТО о среднесуточных расходах туристов из основных десяти стран-доноров, а также сведения Госкомстата по туристским прибытиям дали возможность определить примерные расходы по их поездкам в Россию, которые в 2000 г. составили 374 млн. долл. США при средней продолжительности пребывания 6,5 суток, при этом большинство пользуется услугами национальных российских перевозчиков.

1



ПЕРВЫЕ ДЕСЯТЬ СТРАН ДАЛЬНОГО ЗАРУБЕЖЬЯ ПО ЧИСЛУ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК С ЦЕЛЮ ОТДЫХА В РОССИИ В 2000 ГОДУ

Направляющие туристские рынки характеризуются, с одной стороны, высокой покупательной способностью, а с другой стороны, искушенностью потребителей в вопросах туристского предложения и высокими требованиями, предъявляемыми к качеству обслуживания.

В силу своего географического положения Россия не является и не может стать страной массового въезда туристов с целью традиционного летнего пляжного отдыха. Тем не менее культурно-исторический, природный потенциал страны огромен, и при правильной постановке маркетинговой работы, совершенствовании и развитии туристской инфраструктуры количество иностранных туристов, прибывающих в нашу страну, может значительно вырасти.

Это является основанием для более четкой направленности и более интенсивного маркетинга по основным направляющим странам, включая в первую очередь целенаправленную рекламно-информационную деятельность. Грамотно построенная маркетинговая стратегия, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках, позволит сделать въездной туризм наиболее доходной составляющей всей туристской сферы России.

Согласно оценкам ВТО, в настоящее время наиболее перспективными сегментами туристского рынка, растущими опережающими темпами, являются:

- экологический туризм (как известно, ООН официально объявила 2002 г. годом экотуризма);
- культурно-познавательный туризм, охватывающий 10% мирового потока туристов, жизненный уровень которых выше среднего и которые постоянно ищут новые туристские направления для путешествий;
- тематический, или специализированный, туризм, подразумевающий такие виды, как научный, учебный, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный туризм и др. и обеспечивающий концентрированные продажи всего комплекса туристских и смежных продуктов и услуг;
- круизы, в которых в 2000 г. участвовало 9 млн. туристов. Следует учитывать, что насыщение Средиземного моря круизами открывает определенные перспективы перед Балтийским морем.

Россия благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу, а также интересу зарубежных туристов как к новому неохваченному направлению, имеет все основания для развития всех перечисленных видов туризма.

Приграничное месторасположение ряда регионов РФ создает в них особые условия для развития туризма, ориентированного в основном на рынки прилегающих стран, а также на обслуживание транзитного потока. Для трансграничного туризма характерна высокая составляющая краткосрочных туров, а также экскурсионного (однодневного туризма). Высокая мобильность туристских потоков в зонах трансграничного туризма особенно остро ставит визовые проблемы и задачи организации пунктов пере-



хода госграницы. Основными трансграничными регионами, имеющими высокий туристский потенциал, являются Калининградская область, Ленинградская область, Карелия, Хабаровский и Приморский края.

Оценка современного состояния внутреннего туризма страны указывает на низкий уровень его развития как по качественным, так и по количественным показателям. Так, в 1999 г. в гостиницах России было обслужено 12,4 млн. граждан страны, в санаторно-курортных учреждениях и учреждениях отдыха – 7,6 млн. чел.

Начиная с 1999 г. спрос на туристские услуги внутри страны постоянно растет. При этом отчетливо выявилось несоответствие существующего туристского продукта и современного туристского спроса. Причина этого кроется в почти полном отсутствии двух-трехзвездных гостиниц туристского класса, предлагающих качественное обслуживание, и низком уровне подготовки персонала для работы на туристском рынке. В целом Россия, несмотря на огромный туристский потенциал, остается одной из немногих стран с низким уровнем развития внутреннего туризма.

Основные тенденции в туристском спросе на рынке внутреннего туризма заключаются в сохранении приоритетов традиционных видов отдыха – пляжного на юге России, круизного в Поволжье, оздоровительного и горно-лыжного. Постепенно возвращается интерес к культурно-познавательному туризму.

Необходимыми условиями успешного развития внутреннего туризма в России так же, как и въездного туризма, являются формирование качественного туристского продукта, наличие грамотной маркетинговой стратегии продвижения внутреннего туристского продукта на российском рынке, отработанные методы и механизмы реализации рекламно-информационной политики, создание системы профессиональной подготовки персонала, привлечение инвестиций в развитие туристской инфраструктуры.

При неравномерности распределения туристского потенциала на территории страны и различном уровне развития туристской инфраструктуры в основе разработки стратегических направлений развития туризма лежит принцип зонирования территории РФ в зависимости от степени сформированности регионального туристского предложения для продвижения на внутреннем и международном рынках.

Для страны, стремящейся наиболее полно использовать существующий разнородный туристский потенциал, необходимо определить приоритеты и очередность развития существующих туристских регионов с целью повышения экономической эффективности предлагаемых мер. По экспертным оценкам, по уровню состояния материальной базы туризма территория РФ может быть распределена следующим образом:

- регионы с высоким уровнем развития материальной базы туризма – Москва и Московская область, Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных Вод, Краснодарский край, Калининградская область;
- регионы со средним уровнем развития материальной базы туризма – Северо-Западный регион (Псковская и Новгородская области, Республика Карелия), Среднерусский регион – Золотое кольцо, Поволжье и т.д.;
- районы с низким уровнем развития материальной базы туризма – Северный регион, Дальневосточный регион (Камчатка, Курилы, Приморье), Западно-Сибирский регион (Горный Алтай), Восточно-Сибирский регион (район озера Байкал) и т.д.

Всего в Российской Федерации в 1999 г. насчитывалось 9,2 тыс. курортно-туристских средств размещения с общей численностью номеров – 398,5 тыс. и вместимостью 1 143 тыс. мест, из них около 40% приходится на гостиничные средства размещения. При этом среднегодовой коэффициент загрузки составляет 36 %.

Следует отметить, что уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой *лишь один из элементов туристского предложения*.

В настоящее время в нашей стране значительная часть материальной базы туризма нуждается в капитальном ремонте, модернизации или функциональной реконструкции. Вместе с тем меры по развитию туристской инфраструктуры не могут ограничиваться только восстановлением гостиничного фонда. При ежегодном выделении федеральных средств на формирова-



ние базового пакета инвестиционных проектов в области развития туристской инфраструктуры проблема разработки необходимого количества инвестиционных проектов может быть решена в течение четырех лет, что потребует, по нашим расчетам, приблизительно 66,0 млн. руб.

Для успешного развития туризма в России необходим приток инвестиций, как российских, так и зарубежных, в первую очередь, на развитие инфраструктуры для формирования сети гостиниц туристского класса и, в частности, малых гостиниц, а также мотелей, расположенных на дорогах федерального значения, обеспечивающих комфортные условия проживания при невысоких ценах.

Финансирование строительства средств размещения туристов должно осуществляться преимущественно за счет привлечения внебюджетных источников. Необходимый для этого объем инвестиций может быть рассчитан на основе потребностей отдельных регионов в современных средствах размещения и соответствующей туристской инфраструктуре (дороги, инженерные сети и др.). Так, в исторических городах Северо-Западного региона (Новгород, Псков, Старая Русса, Печоры, Пушкиногорье, Петрозаводск, города Тверской области и др.) существует реальная потребность в 12–15 гостиницах туристского класса (3 звезды) общей вместимостью 2250 номеров. Объем инвестиций на их строительство составит, по нашим оценкам, 1,3 млрд. рублей.

Широкая рекламная кампания туристских возможностей страны способствует росту количества иностранных туристов, следовательно, росту поступлений в экономику страны. Следует учитывать и значительный мультипликативный эффект туризма, развитие сопутствующих ему сфер экономической деятельности и рост занятости населения (косвенно 10–12 туристов создают 1 рабочее место). При условии наличия значительного объема, регулярности и продолжительности воздействия рекламная кампания начинает приносить экономический эффект лишь с определенного минимального порога. К сожалению, при действующем в настоящее время финансировании меры по продвижению российского национального турпродукта не могут значительно изменить параметры существующего туристского потока.

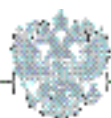
Поэтому необходимо широкое участие России единым стендом на основных международных туристских выставках и ярмарках (Мадрид, Милан, Берлин, Чикаго, Токио, Лондон), где для организации одного российского стенда необходимо от 150 до 450 кв. метров выставочной площади.

Следует возобновить практику некоммерческой рекламы туристских возможностей страны в целом посредством издания буклетов, плакатов, карт и иной информационно-рекламной печатной продукции на основных европейских и японском языках. В первую очередь необходимо издание базового информационного буклета о России, затем рекламные буклеты о туристских возможностях основных регионов. Следующим этапом должно стать издание рекламно-информационных каталогов по существующим специализированным турам (культурно-познавательным, экологическим, экстремальным, рыболовным и охотничьим, круизным), а параллельно – буклет малого формата «Основная информация для туристов» (полезные сведения для иностранцев). Поддерживать рекламную кампанию должны рекламные плакаты, туристские карты России и отдельных регионов. Их распространение нужно осуществлять не только на выставках, но и через заграничные представительства по туризму. Возрождение информационно-рекламных офисов за рубежом также является одной из первоочередных задач в области развития въездного туризма. Одновременно необходимо создавать базу данных потенциальных массовых пользователей, туроператоров и турфирм, для которых следует проводить целевую адресную рассылку.

Следует возобновить практику проведения ознакомительных поездок по турцентрам России для иностранных журналистов.

Опираясь на международный опыт, необходимо создать сеть информационных центров для иностранных и российских туристов в местах прохождения наибольших туристских потоков (положительный пример – недавно открытый офис по туризму в Новгороде Великом). Необходимо продолжать стимулировать участие региональных органов управления туризмом и турфирм на международных туристских выставках и ярмарках в России и за рубежом. Кроме издания рекламно-информационной печатной продукции, необходимо создание цикловых телевизионных и радиопрограмм на теле- и радиоканалах в России и за рубежом.

Первоочередные мероприятия по развитию инфраструктуры туризма в РФ должны быть сосредоточены на регионах, требующих относительно низких капиталовложений, где развитие туризма позволяет рассчитывать на скорую отдачу.



2



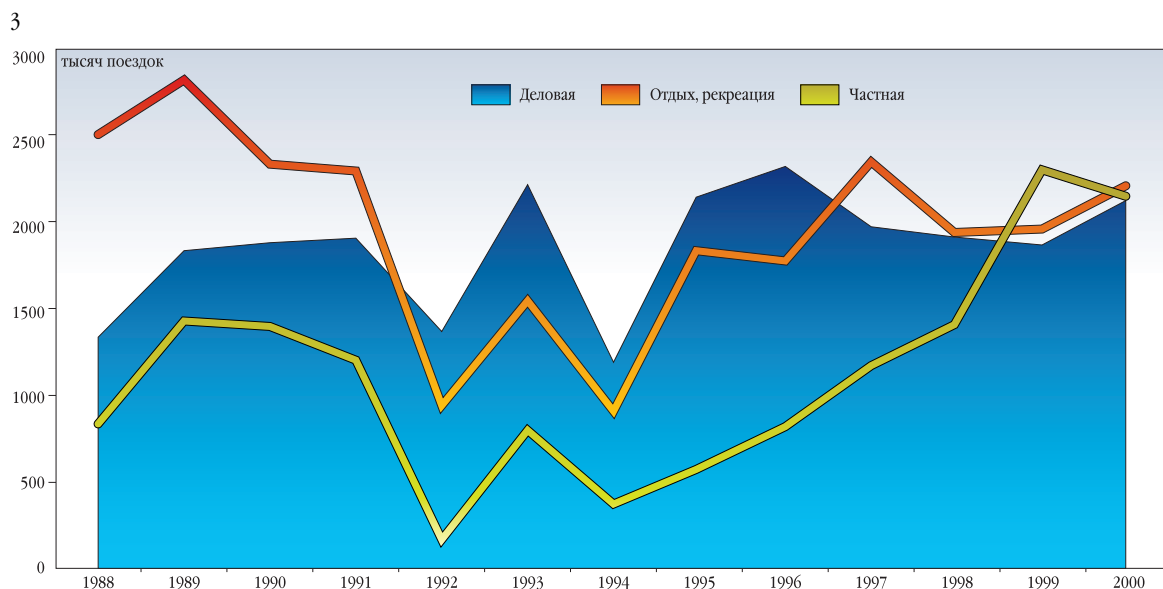
Так, для *района Золотого кольца*, знаменитого множеством историко-архитектурных памятников культурного наследия, а также исторической жилой застройкой XIX века, предлагается развитие материальной базы туризма преимущественно путем строительства цепи малых гостиниц до 50 номеров и туристских деревень за счет функциональной реконструкции и модернизации жилой застройки в исторических городах, а также обновления усадеб и исторических сел. Кроме этого, подлежит реконструкции большая часть существующих средств размещения туристов, включая гостиницы в Костроме, мотель «Интурист-Кострома», гостиницы в Суздале, Владимире, Ярославле, Ростове, Переславле-Залесском, Иванове, Александрове, Плесе, Палехе и др. К новому строительству следует отнести в основном создание цепи мотелей, кемпингов, придорожных гостиниц и постоялых дворов на основной маршрутной трассе, а также трассах Золотого кольца.

Политика развития гостиничных объектов *Москвы* должна быть направлена прежде всего на строительство новых гостиниц туристского класса, в основном трехзвездных, а также малых гостиниц в историческом центре города. Кроме этого, необходима модернизация существующих малокомфортных гостиниц с целью приведения их к уровню «две-три звезды».

Направления развития объектов туристской инфраструктуры *Санкт-Петербурга* связаны с необходимостью существенного расширения базы размещения туристов, прежде всего за счет функциональной реконструкции зданий исторической жилой застройки Санкт-Петербурга под гостиницы уровня «три звезды», а также создания новых гостиничных комплексов и модернизации существующих гостиниц со значительным моральным и физическим износом.

Калининградская область, основная зона притяжения для туристов из Германии и Польши, имеет особое значение для въездного и внутреннего туризма, при этом побережье





РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЪЕЗДА В РОССИЮ ТУРИСТОВ ИЗ СТРАН ДАЛЬНОГО ЗАРУБЕЖЬЯ ПО ЦЕЛЯМ ПОЕЗДКИ ЗА ПЕРИОД 1988–2000 ГОДОВ

Балтийского моря является единственным российским курортом в Прибалтике. Здесь предстоит работа по модернизации, реконструкции и расширению туристских объектов в Калининграде, Зеленоградске, Светлогорске и на Куршской косе, а также созданию новых объектов (тематический парк в Калининграде, курортный парк в Светлогорске, центры сельского туризма и пр).

Курортно-туристские территории *Кавказских Минеральных Вод и Краснодарского края* являются основными для летнего отдыха и санаторно-курортного лечения российских туристов, характеризуются высоким уровнем развития материальной базы, большая часть которой, однако, нуждается в реконструкции и модернизации. Особый интерес для инвестирования в новые туристские объекты представляет район Красной Поляны, привлекательный не только с точки зрения развития горно-лыжного туризма, но и возможности организации комплексных туров «горы – море». В Красной Поляне целесообразно создание сети высококлассных гостиниц небольшой вместимости, а также туристской деревни и горно-лыжного туристского клуба.

Постоянно растущая популярность круизного отдыха позволяет считать *Поволжье* одним из наиболее перспективных туристских регионов. К этому следует добавить широкие возможности для охоты и рыбалки, а также развития экологического туризма в южных районах Поволжья. Поэтому основное внимание надо уделить реконструкции существующих гостиничных объектов в крупных городах Поволжья для обеспечения городского туризма и строительству гостиниц малой и средней вместимости в прибрежных районах.

Регион озера Байкал всегда привлекал внимание иностранных и отечественных туристов как один из немногих памятников природы, обладающих статусом объекта уникального природного наследия ЮНЕСКО. Для успешного развития экологического туризма в Прибайкалье необходима реконструкция существующих объектов размещения туристов в районе Листвянки («Интурист-Байкал»), бухты Песчаная (туристская база), курорта федерального значения «Аршан» и др., а также строительство цепей малых экологически безопасных гостиниц.

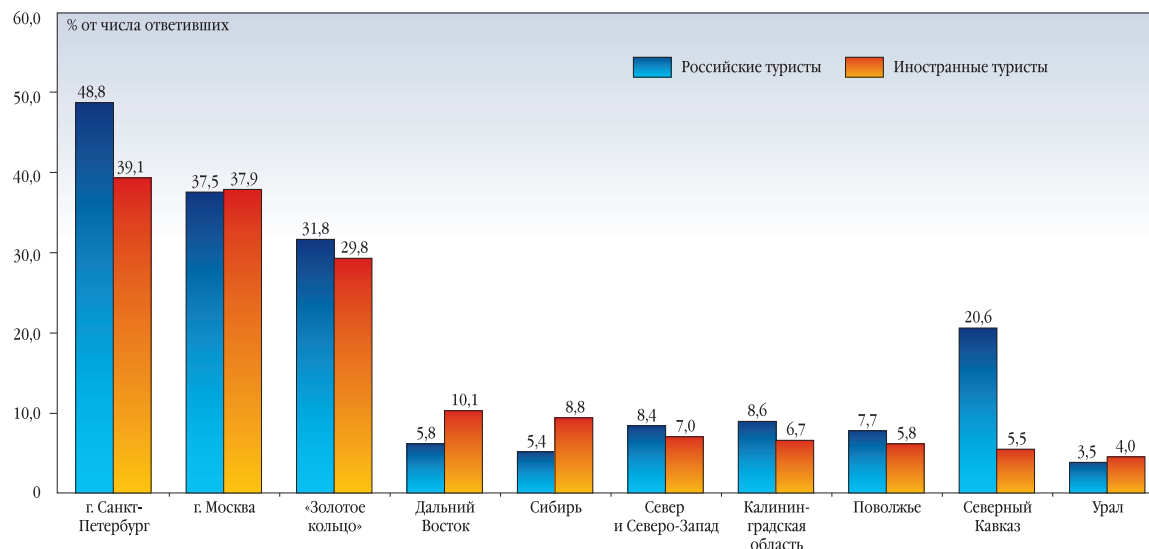
Камчатская область и Курильские острова также являются наиболее перспективными районами для развития экологического и рыболовного туризма. Для этого необходимо строительство цепей малых экологически безопасных гостиниц в районе горячих источников и водоемов, Долины гейзеров, Курильского озера, а также реконструкция гостиниц в Петропавловске-Камчатском.

Факторами, сдерживающими развитие въездного туризма в Россию, являются:

- образ России как страны, непривлекательной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации;



4



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКИХ ЗОН РОССИИ ДЛЯ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

- отсутствие за рубежом государственной некоммерческой рекламы туристских возможностей страны, в том числе посредством участия в международных выставках и деятельности финансируемых государством загранпредставительств по туризму;
- неблагоприятный для туристских посещений визовый режим, заключающийся в завышенной стоимости виз, длительных сроках их выдачи;
- неразвитая туристская инфраструктура, высокий моральный и физический износ существующей материальной базы, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса;
- отсутствие благоприятного режима для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии, в том числе несоответствие цены и качества размещения в гостиницах.

Для преодоления сложившегося положения необходима целенаправленная государственная политика в области развития туризма, рассчитанная на выполнение следующих *основных задач*:

1. Создание организационно-правовых и экономических условий для ускорения развития въездного и внутреннего туризма путем:

- предоставления льготного режима налогообложения туристским компаниям, специализирующимся на организации внутреннего туризма на территории России;
- создания благоприятного инвестиционного климата для российских и иностранных компаний, вкладывающих средства в развитие туристской инфраструктуры в России;
- упрощения визовых формальностей для туристов из стран, не представляющих миграционной опасности.

2. Формирование современной маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках путем:

- разработки и реализации рекламно-информационных программ по въездному и внутреннему туризму, в том числе создание цикловых теле- и радиопрограмм в России и за рубежом, регулярная рекламно-информационная работа в периодических СМИ;
- издания буклетов, плакатов, карт и иной рекламно-информационной печатной продукции;
- организации и проведения международных туристских выставок, в том числе создание единого российского национального стенда с привлечением к участию региональных органов управления туризмом;



- восстановления института загранпредставительств по туризму за рубежом, выполняющих функции рекламно-информационных офисов;
- создания и поддержки официального Интернет-портала федерального органа исполнительной власти в сфере туризма;
- организации сети информационных центров для иностранных и российских туристов в местах прохождения наибольших туристских потоков;
- проведения ознакомительных поездок по туристским центрам России для иностранных журналистов;
- организации Дней РФ в основных странах, направляющих туристов в Россию;
- формирования современной статистики туризма в соответствии с международными требованиями.

3. Формирование современной целостной нормативно-правовой базы путем:

- доработки действующего законодательства в части, касающейся развития туризма, в том числе внесения изменений и дополнений в существующие нормативно-правовые акты в области налогообложения, природопользования, экологии, защиты прав потребителей и др.;
- принятия нормативно-правовых основ введения финансовых гарантий при получении права на туроператорскую деятельность;
- введения на всей территории страны единого бланка турпутевки;
- принятия Правительством России Положения о классификации гостиничных средств размещения и отнесения всех вопросов, связанных с контролем за соответствием качества гостиничного обслуживания, к ведению федерального органа исполнительной власти в сфере туризма;
- разработки механизма усиления ответственности туристских организаций за нарушения с их стороны порядка контроля за соблюдением правил въезда, выезда и пребывания находящихся в России по их визовой поддержке иностранцев;

4. Укрепление и дальнейшее развитие межотраслевой и межрегиональной координации в интересах повышения эффективности отечественной туристской индустрии на основе:

- создания Координационного межведомственного совета при федеральном органе управления сферой туризма;
- формирования региональных стратегий развития туризма с разработкой экономически обоснованных планов их реализации в рамках региональных целевых программ социально-экономического развития.

5. Повышение качества обслуживания в сфере туризма путем:

- разработки и внедрения современной классификации гостиничных средств размещения;
- создания современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, в том числе внедрения квалификационных требований к работникам индустрии туризма, соответствующих потребностям работодателей, и базирующихся на них современных образовательных стандартов;
- создания и реализации учебных программ, соответствующих отраслевым потребностям и предусматривающим практическое обучение персонала, в том числе внутригостиничный и внутрифирменный тренинг.

Выполнение задач, стоящих перед туристской отраслью, напрямую связано с реализацией государственной политики в области развития туризма, направленной в первую очередь на продвижение национального туристского продукта на внутреннем и мировом рынках и формирование образа России как страны, благоприятной для туризма. Необходимо решить вопрос о выделении расходов на туризм *отдельным разделом в бюджетной классификации* при соответствующих ежегодных ассигнованиях из федерального бюджета.

Необходимость ассигнований из федерального бюджета продиктована прежде всего потребностью в обеспечении участия государства в формировании и продвижении национального туристского продукта.

Реализация стоящих перед отраслью задач позволит значительно увеличить поток иностранных туристов в Россию и приток валютных поступлений в экономику страны.