

УДК 338.48

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

О.Н. Кострюкова<sup>1</sup>,  
Т.Ю. Яковец<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
<sup>2</sup> Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН

Изменение внешнеполитических и внешнеэкономических условий для российских турфирм, ориентированных на выездной туризм, вызвало серию банкротств этих фирм в 2014 г. Поэтому предлагается перенести акцент отечественной туристической деятельности на въездной и внутренний туризм. Как пример приводится опыт туристической деятельности Мальты. Туризм рассматривается как сфера применения инновационной деятельности. Приводятся возможные направления внутренней туристической деятельности России. Описывается современная законодательная база туристической деятельности в стране.

**Ключевые слова:** выездной, въездной и внутренний туризм, законодательная база туристической деятельности, инновации в туризме, национальная программа по туризму.

Прошедший 2014 год стал в полной мере кризисным для туристского рынка Российской Федерации. Одним из проявлений кризисной ситуации стало крушение многих туристических фирм РФ, занимающихся выездным туризмом россиян в разгар туристского сезона – летом 2014 года. Более 16 крупных туристических компаний приостановили свою деятельность, в их числе такие значимые для отечественного туристского рынка туроператоры, как «Нева», «Роза ветров Мир», «Идеал-тур», «Лабиринт», «Южный Крест», «Солвекс-турне». По предварительным оценкам от прекращения деятельности российских туроператоров пострадало в общей сложности более 75 тысяч туристов. Произошедшие банкротства крупных туристических компаний еще раз обратили внимание на необходимость совершенствования туристского законодательства с целью повышения защиты потребителей туристских услуг и качества предоставляемых услуг, усиления ответственности туроператоров, создания прозрачного и регулируемого туристского рын-

## PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN RUSSIA UNDER THE CONTEMPORARY CONDITIONS

H.E. Kostryukova, T.Y. Yakovets

A change in the foreign policy and foreign economic conditions for the Russian tourist agencies, oriented to the visiting tourism, caused a series of bankruptcies of these firms in 2014. Therefore it is proposed to transfer the accent of domestic tourist activity to the entrance and internal tourism. As an example is given the experience of the tourist activity of Malta. Tourism is considered as the sphere of the application of innovation activity. The possible directions of the internal tourist activity of Russia are given. Is described the contemporary legislative base of tourist activity in the country.

**KEYWORDS:** *visiting, entrance and internal tourism, the legislative base of tourist activity, innovation in the tourism, national program in the tourism.*

ка. Результатом предпринятых государством усилий в решении кризисной ситуации на туристском рынке стал проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации», рассмотренный на заседании Правительства РФ 15 декабря 2014 г. и внесенный на рассмотрение Государственной Думы РФ<sup>1</sup>, предусматривающий реализацию целого комплекса мер в части: правового регулирования договора о реа-

<sup>1</sup> Постановление Правительства РФ №8416п-П44 от 15.12.2014г. «О внесении проекта федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации»»

лизации в сфере выездного туризма туристского продукта и защиты прав туристов; формирования фондов для финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам; финансового обеспечения ответственности туроператоров; регулирования и административной ответственности туроператорской и турагентской деятельности; использования механизма добровольного страхования в качестве формы гарантии оплаты оказанной российским гражданам за рубежом медицинской помощи.

Другим серьезным вызовом для отечественного туристского рынка стала складывающаяся в течение года нестабильная экономическая ситуация, введение ограничительных санкций ЕС и резкий рост курсов валют. Эти факторы в совокупности привели к формированию общего негативного информационного поля, оказавшего существенное влияние на туристскую индустрию, вызвав так называемый «эффект недоверия», что усугубило кризисную ситуацию на туристском рынке, а последующее резкое падение курса рубля привело к снижению покупательской способности россиян и сокращению туристских поездок в целом.

Однако по мнению профессиональных экспертов туристского рынка<sup>2</sup>, сложившаяся ситуация способствовала мобилизации отечественной индустрии гостеприимства, существенно увеличила покупательскую способность иностранных туристов, привела к перераспределению выездного туристского потока в сторону Китая, Южной Кореи, Турции и Израиля<sup>3</sup>, а также к некоторому снижению уровня тарифов на услуги гостиниц вследствие общего сокращения выездного и внутреннего туристского потока. Так, по данным Jones Lang LaSalle (JLL) за первые три квартала 2014 г. падение тарифов на размещение в г. Москва составило от 2 до 4% в зависимости от сегмента отеля.

В связи с этим на сегодняшний день в России возникла уникальная возможность наращивания объемов и мощности внутреннего туристского потока и активизации развития внутреннего и выездного рынков туристских услуг.

В настоящее время государственная поддержка развития внутреннего и выездного туризма осуществляется в рамках следующих основных средне- и долгосрочных отраслевых документов развития: Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г., утвержденная Распоряжением Правительства РФ № 941-р от 31.05.2014, госпрограмма РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 гг.,

утвержденная постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 317, а также федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и выездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», утвержденная постановлением Правительства РФ №644 от 02.08.2011 г., изменения к которой были внесены 18.12.2014 г. постановлением Правительства РФ №1407. Их реализация в последние год-два позволила получить некоторые, на наш взгляд, существенные результаты для перспективного развития рынка выездного и внутреннего туризма, как:

- в реестр одобренных к государственному финансированию инновационных проектов включено 60 туристских кластеров в различных регионах страны, среди которых в 2014 г. 14 туристских кластеров из 10 субъектов РФ уже получили финансирование объектов капитального строительства и обеспечивающей инфраструктуры;

- разработана и утверждена собирательная группировка видов экономической деятельности «Туризм», разработанная в соответствии с Международными рекомендациями по статистике туризма (2008) и на основе действующего Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, которая позволит оценить роль туризма в экономике страны с учетом показателей смежных отраслей и рассчитать долю сферы туризма в ВВП страны, занятости, инвестициях, бюджетных доходах;

- проведена серия обучающих семинаров по правовым основам туристской деятельности, основам функционирования объектов туристской индустрии, по вопросам реализации ФЦП, переподготовке кадров в Крыму;

- подготовлена серия учебников для профильных вузов по основным предметам образовательных программ в сфере туризма;

- проведена масштабная работа по продвижению Российских регионов и ключевых туристских маршрутов в федеральных и международных СМИ, включая телевидение и интернет, а также в рамках международных туристских выставок;

- проведена предварительная работа по запуску работы туристских представительств РФ в Китае, Германии и Италии (в Италии совместно с Государственным Эрмитажем), открытие которых запланировано на 2015 год.

Безусловно, налицо значительные усилия государства и профессионального туристского сообщества в направлении качественных преобразований сферы туризма, однако, в силу того, что слишком долго туристская индустрия страны концентрировалась вокруг выездного международного туризма, ждать устойчивого положительного эффекта в сфере и внутреннего и выездного туризма пока не приходится, поскольку большинство ключевых проблем остаются нерешенными.

<sup>2</sup> Сергей Шпилько в прямом эфире радиостанции «Говорит Москва»; Юрий Барзыкин и др.

<sup>3</sup> Рост на 13% турпотока из Китая, на 9% из Турции и Израиля, на 42% из Южной Кореи.

К их числу стоит отнести следующие:

- низкий уровень профессионализма менеджмента туристских компаний;
- отсутствие разнообразного предложения внутренних туров с адекватным ценообразованием;
- наличие противоречия между высоким уровнем культурного наследия и потенциала территорий и их востребованностью в целях туризма;
- невысокие показатели туристских потоков, отсутствие их объективных расчетных значений, их нестабильность и существенные сезонные колебания;
- низкий уровень социальной поддержки в сфере внутреннего туризма;
- туризм является прерогативой состоятельной части населения, в то время как средне- и низкообеспеченные слои граждан не имеют доступа к культурному наследию дестинаций и возможностям оздоровления (курортным услугам), а также возможностям паломничества и поклонения национальным святыням;
- слабое развитие внутренней инфраструктуры, пригодной для туристической деятельности (дорог и аэропортов, гостиниц).

Все это приводит к тому, что, в целом, сфера туризма России характеризуется относительно низкими показателями вклада туризма в ВВП страны, а значит экспортная функция туризма для нормализации платежного баланса выполняется в недостаточной степени; создание новых рабочих мест за счет возможностей развития туризма значительно отстает от аналогов за рубежом, недостаточен уровень инвестиций в сферу туристской индустрии.

Туризм – это важная культуроемкая отрасль экономики<sup>4</sup>. Въездной туризм охватывает не только сферу политики, но и многие отрасли экономики, социальные аспекты, культуру, быт и традиции на различных этапах развития. Эта отрасль в части внутреннего туризма в меньшей степени, чем другие зависит от санкций, цен на нефть и курсов иностранной валюты.

Развитие туризма в стране должно выступать как одно из направлений федеральной стратегии социально-экономического развития, разработка которой должна осуществляться в соответствии с недавно принятым федеральным законом от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Наличие национальной стратегии развития туризма должно стать основой для формирования соответствующих разделов стратегий социально-экономического развития субъектов РФ и на муниципальных уровнях.

В этом смысле для решения таких задач для нас показателен пример Мальты [1]. Развитие туризма

на Мальте началось в 1970-х гг. В 1988 г. Министерство по туризму Мальты организовало специальную конференцию. На ней было представлено два направления дальнейшего развития туризма - на локальном уровне; в строго определенном порядке на основе государственных законов. В 1991 г. Министерством по туризму Мальты был составлен структурированный план по развитию туризма, который предполагал сохранение и продвижение Мальты как исторического курорта. Проблему сезонности удалось преодолеть путем значительных скидок на авиабилеты в зимнее время, а также скидок для туристов «третьего» возраста. В программе 1992 г. основной акцент делался на диверсификации маркетинговой политики туризма Мальты. Правительство составило следующую программу развития туризма:

- переоборудование и модернизация пятизвездочных отелей;
- поддержка и субсидирование частного сектора: музейного бизнеса и других центров отдыха и развлечений;
- поддержка и субсидирование спортивного туризма.

Кроме того, последующие рекламные компании представляли Мальту как центр изучения английского языка. НТОМ продвигает Мальту как универсальный курорт с максимальным количеством предложений для путешественников любого возраста.

Программа развития туристического комплекса Мальты может стать примером для выработки долгосрочной стратегии развития туристического комплекса в России, имеющей для этого объективные условия и значительные туристские ресурсы.

Массовый туризм – это возможность применения высоких технологий в гостиничном строительстве, транспорте, связи, общепите, музейном деле. Поэтому в программу развития отечественной туристической отрасли должно изначально закладываться применение современных высоких технологий.

Туризм как сфера инновационной деятельности на начальной стадии реализации развития туристической отрасли в рамках национального проекта по туризму предполагает протекционистскую политику государства. В стране мало отелей, удовлетворяющих требованиям взыскательных иностранных туристов (кроме двух столиц и Сочи), а ведь оригинальный отель – это тоже инновация, которую хорошо было бы запатентовать, создать сеть однородных отелей в лучших отечественных городах и курортах.

В то же время освоение такими «сетевыми» турфирмами отечественных туристических объектов возможно только при условии, что руководители администраций регионов России будут составлять региональные программы развития своего туристического комплекса, в которые в первую очередь должен входить комплекс задач по развитию внутренних ту-

<sup>4</sup> Библиотечное дело – тоже культуроемкая отрасль, но она в основном не коммерциализирована. Пожар в ИНИОНе показал, на какой низкой стадии инновационного развития сейчас находится библиотечное дело в стране.

ристических объектов. Как показывает опыт, без помощи в развитии туристических объектов со стороны глав администраций положительный результат получить трудно.

В туристической отрасли есть сферы для применения разнообразных инноваций – в менеджменте отрасли, экскурсионном обслуживании, гостиничном строительстве, общепите. Особенно это актуально для внутреннего туризма. Накопленное страной культурное наследие может стать источником внутренних доходов при современной конкуренции в этой сфере только в случае применения высоких технологий.

В то же время, туристические инновации связаны с повышенными рисками и увеличением срока окупаемости вложенных средств, поэтому в условиях российской конъюнктуры, особенно с учетом инфляции, отечественным турфирмам они зачастую невыгодны.

В настоящее время выделяют два типа инноваций в туризме: кризисные и инновации развития [2]. В первом случае турфирма принимает быстрое решение о нововведении для того, чтобы спасти фирму, и при правильном позиционировании новой услуги на рынке фирма выживает. Во втором случае инновация внедряется медленно и продуманно, постепенно выводится на рынок и является поддерживающей инновацией, способной предупредить старение существующего товара. Поэтому маркетинг в туристической деятельности является инновацией, которая обеспечивает успех предприятия.

Нашей страной за последнее время накоплен очень ценный опыт въездного и внутреннего туризма в результате строительства и эксплуатации такого туристического комплекса мирового уровня, как регион Сочи. Статистические данные показывают, что до Олимпиады Большой Сочи посещало около 3,5 млн туристов в год, но по самым последним подсчетам курорт закрыл календарный отрезок 2014 г. с показателем в более чем 5 млн гостей, хотя изначально ожидалось встретить только 4 млн человек [3].

В России много мест, исторически связанных с православием. Поэтому одна из последних внутрироссийских инноваций – паломнический туризм. Но для привлечения малообеспеченных отечественных туристов необходимо в этой области туристической деятельности максимально снизить себестоимость. Привлечение иностранных туристов по паломническим местам России практически невозможно. А ведь возможно развитие специальной сети православных дорогих отелей для зарубежных паломников, если к этому подключить Московскую патриархию.

То же относится и к российскому экстремальному туризму, если подключить к этой деятельности спортивные сообщества.

В нашей стране приоритетным во въездной туристической сфере является культурно-исторический туризм. Кроме того возможен и ландшафтный туризм,

и лечебный, но необходимые условия для иностранных туристов в этих областях не созданы.

Поэтому инновации во въездной и внутренней туристической сфере – одна из ключевых национальных задач, связанная с повышением отдачи от культурно-исторического и природного потенциалов страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Михно М.А.** Роль инновации в туризме // Консультант-плюс.
2. Uadream.com. Проблемы управления технологическими инновациями в туризме // Консультант-плюс.
3. <http://ria.ru/tourism/20150206/1046238270.html>.

**Кострюкова Оксана Николаевна**,  
к.э.н., заведующий кафедрой сервисной и конгрессно-выставочной деятельности СПбГЭУ,

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21  
тел.: +7 (921) 916-44-18, e-mail: kostrukova@unecon.ru

**Яковец Татьяна Юрьевна**,  
к.э.н., докторант ИСЭПН РАН

117218, г. Москва, Нахимовский пр-т, д. 32,  
тел.: +7 (916) 655 95 01, e-mail: tzag@mail.ru