КУРСОВАЯ РАБОТА

Тема: **Проблемы и перспективы включения России в мировой рынок туристических услуг**

**Содержание**

Введение

1. Определение понятия международного рынка туристических услуг

1.1 Упрощение туристических формальностей

1.2 Международный туризм

2. Туризм – глобальное социально-экономическое явление современного мира

2.1 Экономические показатели мировой индустрии туризма

2.2 Практика туристской деятельности

3. Проблемы и перспективы включения России в мировой рынок туристических услуг

3.1 Проблемы включения России в мировой туризм

3.2 Перспективы вовлечения России в мировой туризм

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

# Введение

Данная тема является актуальной, так как к началу ХХI в. международный туризм по экономической эффективности вышел на первое место в мире, значительно опередив лидеров мировой торговли – автомобильную и нефтегазовую сферы экономики. Выход международного туризма на позиции ведущей отрасли экономики в планетном масштабе убедительно подтверждает статистика ВТО за 2010 г. – первое десятилетие ХХI века: международный туристский бизнес легко преодолел рубеж по численности прибытий туристов – более одного миллиарда.

Россия – страна с уникальным и неповторимым туристским потенциалом – в рейтинге 20 государств мирового сообщества по популярности с 15 места переместилась на 12. Это обнадеживающий признак возрождения России как страны особого интереса для зарубежных туристов.

Последние три-четыре года наблюдается положительная динамика и рост въездного туризма в нашу страну. Каждый год, начиная с 2000-го, количество приезжающих увеличивалось на 15-20%.

Российский туризм отличает достаточно выраженная сезонность: рост традиционно шёл за счёт летних месяцев, с июня по конец сентября. Несмотря на то, что и туроператорами, и отдельными гостиницами предпринимались попытки в сколько-нибудь значительной мере «расширить» сезонность, пока не удалось увеличить прибытие туристов на локальные мероприятия вроде Нового года и Рождества.

Особенностью стало и то, что наметился спад количества въезжающих туристов и летом. Собственно, ничего неожиданного в таком спаде и нет. О нём говорят в течение последних двух лет. Подобное развитие ситуации связанно с тем, что на фоне общего роста туризма 2005-2010 годов, когда у всех было оптимистическое настроение, стоимость турпакета в Россию подорожал в три раза. То есть на 300%. Уже в прошлом году прогнозировалось, что спад будет. А в этом году он явно наметился, что очевидно, в первую очередь, по Санкт-Петербургу. В Москве спад не так заметен, поскольку в столице даже в летнее время традиционно проходит множество мероприятий: спортивные, культурные, научные, государственные.

В петербургских гостиницах в этом году на протяжении всего сезона не было проблем с отелями. Более того, это не случайность – средняя загрузка по сезону большинства гостиниц туристического класса вряд ли превысит 75-80%. И ситуация спада будет продолжаться еще 2-3 года. Это связанно с тем, что после 3-4 лет подъема в любой стране одновременно с ним повышаются цены, а затем на протяжении 4-5 лет идёт достаточно серьезный кризис. Насколько глубоко – зависит от многих обстоятельств. В том числе, от того, как быстро отреагируют на ситуацию хотельеры, туроператоры, руководители отраслей: общепита, железных дорог и т.д.

Однако как бы быстро они не отреагировали, это всё равно несколько лет. Появляются другие правила игры: работать на спаде или подъёме – совершенно разная тактика для руководителей гостиниц и тех людей, которые занимаются продажами. Наступает время работать по-другому. Время видеть проблему на корню и незамедлительно решать её. Об этом речь пойдёт в основной части курсовой работы.

Целью работы является изучение перспектив включения России в международный рынок туризма.

Для реализации поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- Изучить понятия международного туризма;

- Рассмотреть туризм как глобальное социально-экономическое явление современного мира;

- Проанализировать экономические показатели мировой индустрии туризма.

При составлении данного реферата в работе были использованы следующие методы: анализ литературы по данной теме, анализ справочного материала, консультации преподавателя, систематизирование лекционного материала.

# 1. Определение понятия международного рынка туристических

# услуг

международный туристический финансовый платежный

**Международный рынок туристических услуг** охватывает поездки путешествующих лиц с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства. Пересечение государственной границы для них связано с определенными формальностями: оформлением заграничных паспортов и виз, прохождением таможенных процедур, валютным и медицинским контролем. Эти правила вводятся государством в целях борьбы с незаконной миграцией, международным терроризмом, торговлей наркотиками, проституцией и т.д. и обеспечивают установленный порядок въезда в страну и выезда из нее. Специальные службы проверяют соблюдение путешествующими лицами паспортно-визового режима, требований о вакцинации (прививках), правил и условий провоза через границу вещей, товаров, валютных средств и проведения операций по обмену валюты.

Упрощение (ужесточение) формальностей оказывает прямое воздействие на международные туристские потоки, облегчая (или, наоборот, затрудняя) передвижение людей. Не способствуют росту туристских путешествий сложная и затянутая процедура оформления выездных документов, нарушение установленных сроков их рассмотрения или произвольное отклонение, чрезмерно высокий сбор; в сфере валютного контроля – введение жестких ограничений на обмен валюты, от которого зависит уровень потребления товаров и услуг туристами. Таможенные декларации и досмотры также могут выступать в качестве сдерживающего начала и привести к сокращению туристских поездок.

**1.1 Упрощение туристических формальностей**

ВТО, придавая особое значение упрощению туристских формальностей, разработала и приняла соответствующий пакет рекомендаций в части:

• паспортных формальностей:

- децентрализация паспортных служб;

- сокращение сроков и упрощение процедуры оформления заграничных паспортов;

- введение разумного сбора;

- установление срока действия паспорта не менее пяти лет с неограниченным числом поездок;

- хранение заграничного паспорта у владельца без права его конфискации;

- приведение паспортов в соответствие со стандартами ИКАО, позволяющими осуществлять проверку с помощью компьютерных систем;

• визовых формальностей:

- безвизовый въезд на срок до трех месяцев;

- распространение действия визы сроком на 12 месяцев на один или несколько въездов во все пункты и по всем маршрутам, открытым для туристов, с использованием любого вида транспорта;

- взаимное признание визы рядом государств;

- в исключительных случаях выдача разрешения на въезд на контрольно-пропускном пункте;

- установление единого консульского сбора независимо от гражданства туриста;

• валютных формальностей:

- разрешение ввоза валюты в размере, указанном в таможенной декларации;

- предоставление полной информации потенциальным посетителям и туристам о правилах и текущем курсе обмена валюты;

- размещение соответствующей информации в обязательном порядке на контрольно-пропускных пунктах въезда;

- обеспечение возможности обратного обмена валюты при выезде из страны пребывания; обмен ввозимой валюты только на добровольной основе;

- предоставление права туристам иметь при выезде достаточные суммы в национальных денежных единицах для обратной поездки по своей стране;

• таможенных формальностей:

- обложение туристов налогами, сборами, пошлинами при въезде-выезде, кроме таможенных пошлин и налогов на добавленную стоимость по отдельным видам товаров и определенному их количеству;

- включение некоторых налогов и сборов на содержание и обновление туристских объектов в структуру косвенного налогообложения, в стоимость билетов, путевок, туров, вместо прямого сбора валюты с посетителей;

• медицинских формальностей и оказания медицинской помощи туристам:

- расширение сотрудничества национальных туристских администраций с органами здравоохранения в деле предоставления исчерпывающей туристской информации медицинского характера всем заинтересованным лицам;

- заключение дву- и многосторонних государственных договоров по медицинскому страхованию и оказанию медицинской помощи туристам;

- предоставление неотложной медицинской помощи всем без исключения туристам;

- в случае заболевания в острой форме или смерти незамедлительное извещение консульства и родственников;

- перевозка тела на родину или его захоронение;

- быстрое оформление требуемых документов.

Эти рекомендации исходят из основополагающих принципов упрощения туристских формальностей, сформулированных в Будапештской конвенции и нашедших отражение в Гаагской декларации по туризму.

Туристские формальности, связанные с пересечением государственных границ, являются неотъемлемой частью международного туризма и выступают в качестве главной его особенности. Чем глубже различия денежных систем государств, чем больше препятствий на пути свободного передвижения людей, чем значительнее языковые барьеры, которые хотя и не относятся к туристским формальностям, но, разделяя народы, оказывают заметное влияние на развитие туристских контактов, тем существеннее отличие международного туризма от внутреннего.

**1.2 Международный туризм**

Другая особенность международного туризма носит экономический характер и раскрывается через влияние, какое международный туризм оказывает на платежный баланс. Поэтому приезд иностранныхтуристов получил название активного туризма. Напротив, выезд туристов сопряжен с оттоком национальной денежной единицы из страны их постоянного проживания. Международные платежи по туристским операциям такого рода фиксируются в пассиве платежного баланса страны – поставщика туристов, а сам туризм именуется пассивным[[1]](#footnote-1). Деление на активный и пассивный, исходя из особенностей отражения финансовых результатов туристской деятельности в платежном балансе, присуще только международному туризму и не распространяется на внутренний туризм.

В международном туризме выделяют две его формы – въездной и выездной, которые различаются по направлению туристского потока. Один и тот же турист может быть классифицирован как въезжающий и выезжающий одновременно в зависимости от того, по отношению к какой стране описывается его перемещение. Различают страну происхождения туриста, которую он покидает, и страну назначения, куда он прибывает. В первом случае речь идет о выездном, во втором – о въездном туризме. Эти термины используются применительно к зарубежному путешествию в начале поездки. На обратном пути турист просто возвращается домой.

# 2. Туризм – глобальное социально-экономическое явление

# современного мира

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Основу современного туристского рынка как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска работников.

В последнее время в туризме возрастает роль деловых поездок, а также путешествий лиц пенсионного возраста. Размер и степень влияния международного туризма в мире можно оценить по следующим показателям.

В 1950 г. число международных туристов в мире было всего 25 млн. человек, в 2010 г. количество международных прибытий составило 698 млн. чел., а поступления от международного туризма достигли 478 млрд. долл., при этом около 60% путешествующих – люди, проводящие свой отпуск.

#

## 2.1 Экономические показатели мировой индустрии туризма

По данным ВТО, вклад туризма в мировую экономику (валовое производство услуг) оценивается в 3,5 трлн. долл. (данные 2008 г.), что эквивалентно 10,9% мирового валового внутреннего продукта. Индустрия путешествий и туризма обеспечивает значительное количество рабочих мест в большинстве стран мира. Это означает непосредственную занятость примерно для 130 млн. человек (или одного из 15 человек, занятых в мировом производстве). Путешествия и туризм обеспечивают свыше 11% международных инвестиций и приносят в казну государств в виде налоговых поступлений 302 млрд. долл.

Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями.

Растущий уровень жизни в развитых индустриальных странах мира ведет к росту продолжительности отпусков работников и достаточно высокому уровню пенсионного обеспечения, что также оказывает значительное влияние на развитие туризма.

Спрос на путешествия и туризм определяется одновременно и рыночными механизмами (спросом на туристские, экскурсионные и другие услуги, предложением этих услуг и их распределением), и экзогенными переменными, т.е. факторами, не связанными непосредственно с туризмом и путешествиями, но оказывающими существенное влияние на степень и форму спроса на туристскую деятельность. Экзогенные факторы включают демографические и социальные изменения, экономические и правовые достижения, развитие торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий и повышение безопасности путешествий.

К демографическим и социальным изменениям относятся: старение населения, более ранний выход на пенсию с достаточным пенсионным обеспечением, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, семей с двумя работающими членами семьи, тенденция к более поздним бракам, рост числа бездетных семей, увеличивающийся срок оплачиваемого отпуска, лучшее понимание возможностей путешествия и забота об окружающей среде. Таким образом, изменения, происходящие в демографической структуре и социальных моделях общества, приводят к тому, что все большее количество людей в мире имеют время, желание и финансовые возможности для путешествий.

**2.2 Практика туристской деятельности**

В практике туристской деятельности различают страны-поставщики туристов (направляющие страны) и страны, как правило, принимающие туристов. К первым могут быть отнесены: США, Германия, Англия, Бельгия, Дания и др. Ко вторым – Франция, США, Испания, Италия и др. Статистика ВТО показывает, что за последнее время международные путешествия и доходы от них выросли во всех регионах мира. Наиболее посещаемой страной мира является Франция, что подтверждается и последними данными ВТО.

Россия, обладая колоссальным туристским потенциалом, занимает скромное место на международном туристском рынке. На ее долю приходится незначительная часть мирового туристского потока. Динамика прибытий иностранных граждан в Россию и выезда граждан из России (по данным Госкомстата России).

Основная доля туристского потока в Россию (около 70%) приходится на страны СНГ и Балтии. Материальная база туризма более чем на 80% нуждается в реконструкции. Ощущается острый дефицит квалифицированных специалистов. Такое положение объясняется неустойчивой экономической ситуацией в стране, снижением уровня жизни и резким усилением дифференциации доходов населения, а также криминогенной ситуацией в ряде регионов, не способствующей увеличению потока туристов. В 2009 г. в Российскую Федерацию приехало 21,17 млн. иностранных граждан из более чем 200 стран. По сравнению с аналогичными данными за 2008 г. количество иностранных посетителей увеличилось на 2,7 млн. чел. (+14,5%).

Только из стран дальнего зарубежья прибыло 7,4 млн. чел. – на 381,4 тыс. (+5,4%) больше, чем в 2008 г. Количество прибывших граждан из стран СНГ увеличилось на 20% и составило 13,8 млн. чел.

Наибольшее число посетителей выбрали для поездки автомобильный транспорт – 40,3%, железнодорожный транспорт – 32%, авиационный − 13,9%, морской и речной – 5%, пешком пересекли границу − 8,7%. По отношению к предыдущему году на 5% сократились прибытия железнодорожным транспортом, на 2% увеличилось использование как автомобильного, так и авиационного транспорта. Что касается посещений граждан из стран дальнего зарубежья, то они в основном прибывают в Россию на автомобильном (54,1%) и авиатранспорте (19%). В 2009 г. общее число иностранных граждан, въехавших в нашу страну, впервые превысило общее число выехавших за границу россиян на 2,8 млн. чел. Это произошло из-за увеличения числа частных поездок из стран СНГ в Россию, а точнее, из-за усиления пограничной регистрации между Россией и странами СНГ.

# 3. Проблемы и перспективы включения России в мировой рынок

# туристических услуг

Итак, Российская Федерация, несмотря на свой высокий потенциал, занимает незначительное место на мировом туристском рынке. На ее долю приходится около 3% мирового туристского потока. По оценкам специалистов ВТО, потенциальные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры принимать до 40 млн. иностранных туристов в год, однако на сегодняшний день количество приезжающих в Россию иностранных гостей с деловыми, туристскими и частными целями не соответствует ее потенциалу, составляя 22,5 млн. человек.

**3.1 Проблемы включения России в мировой туризм**

В настоящее время развитие туризма в России сдерживается многими факторами, среди которых следует выделить восемь основных.

1. Дефицит позитивной информации о стране, отсутствие рекламы России на зарубежных рынках. В 1999 г. вследствие чеченской войны, террористических актов в Москве и других неблагоприятных факторов в ряде государств Россия попала в список направлений, не рекомендованных для туристских поездок. В самом крупном всемирном туристском путеводителе «World Travel Guide», который издается в Лондоне, Россия обозначена (единственная из всех 200 территорий) как страна, неблагоприятная для туризма. Негативная информация об общественно-политическом положении в ней не сходит со страниц зарубежной печати, формируя образ нашей страны как зоны повышенного риска. В самой же России до последнего времени не предпринимались согласованные действия по созданию и поддержанию ее туристского имиджа. В то же время большинство государств мира, понимая важность и высокую доходность туризма, направляют солидные средства национальным туристским администрациям на продвижение туристского продукта. Лидирует по данному показателю Израиль – более 200 млн. долларов в год. Испания ежегодно выделяет около 150 млн. долларов, США и Китай – по 70 млн., Франция – 60 млн., Польша – 45 млн. Основные средства, предназначенные для продвижения туристского продукта западных стран, идут на рекламу (в Испании – половина всей выделяемой на продвижение суммы, во Франции – 99%).

Результаты статистических исследований Всемирной туристской организации выявили закономерность между увеличением расходов на рекламу и последующими поступлениями от туризма (см. Приложение 1). Анализ выбранных шести стран показывает, что в среднем увеличение правительственных расходов на рекламу только на 1 доллар приносит в государственную казну 493 доллара от расходов иностранных туристов и около 74 долларов – от новых налоговых поступлений[[2]](#footnote-2).

Очевидно, что и другие формы расходов на стимулирование туристского продукта – выставки, официальные визиты, туристские представительства – могут значительно повлиять на формирование новых туристских потоков. Это подкреплено информацией Центра туристской статистики США, согласно которой 364 млн. долларов, потраченных американскими штатами на продвижение туризма в 2007 г., принесли доход в размере 397 млрд. долларов за счет туристских расходов[[3]](#footnote-3).

В России, безусловно, следует возобновить практику некоммерческой рекламы туристских возможностей страны. В первую очередь необходимо издание базового информационного буклета о России, затем рекламных буклетов о туристских возможностях основных регионов. Следующим этапом должно стать издание рекламно-информационных каталогов по существующим специализированным турам (культурно-познавательным, экологическим, экстремальном, рыболовным и охотничьим, круизным), а параллельно – издание буклета малого формата «Основная информация для туристов» (полезные сведения для иностранцев). Поддерживать рекламную кампанию должны рекламные плакаты, туристские карты России и отдельных регионов, распространяемые не только на выставках, но и через заграничные представительства по туризму. Возрождение информационно-рекламных офисов за рубежом также остается одной из первоочередных задач в области развития въездного туризма. Одновременно необходимо создавать базу данных потенциальных массовых пользователей, туроператоров и турагентов, для которых следует проводить целевую адресную рассылку рекламной продукции. Следует также возобновить практику проведения ознакомительных поездок по туристским центрам России для иностранных журналистов.

Кроме издания рекламно-информационной печатной продукции, необходимо создание цикловых телевизионных и радиопрограмм на теле- и радиоканалах.

2. Неразвитость туристской инфраструктуры. Средний коэффициент износа российской гостиничной базы – 69,4%. Учитывая это, можно полагать, что из 2,5 тыс. гостиниц туристского класса в более или менее удовлетворительном состоянии только 765, остальные нуждаются в реконструкции и ремонте. Лишь 22% российских гостиниц соответствуют мировым стандартам, т.е. могут претендовать на размещение иностранных туристов. При среднем количестве номеров в одной гостинице 250-300, гостиничный фонд России, пригодный для нормального размещения туристов, может быть оценен в 42-50 тыс. номеров. В то же время, по оценкам экспертов, только Санкт-Петербургу необходимы 30 тыс. номеров туристского класса. Суммарная же общероссийская потребность оценивается в 500-600 тыс. номеров, или около 2 тыс. гостиниц. На их возведение требуется от 10 до 20 млрд. долларов. Помимо гостиниц следует отметить нехватку крупных массовых объектов современной индустрии развлечения (аквапарков, тематических парков и т.д.). Остается актуальной также проблема плохих дорог, изношенности транспортной базы и дефицита комфортабельных автобусов.

3. Отсутствие практики создания субъектами Российской Федерации благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру.

4. Неблагоприятный для туристских посещений страны визовый режим. Завышенная стоимость виз, длительные сроки их выдачи и иные консульские правила усложняют посещение России иностранными туристами, часто принимающими решение о поездке на короткое время за несколько дней до намечаемой даты выезда.

5. Невысокий уровень сервиса, несоответствие цен на предлагаемые услуги качеству этих услуг (особенно в части условий размещения, питания и перевозок). Сервис, отвечающий международным стандартам, способны обеспечить лишь высококлассные отели в Москве и Санкт-Петербурге. Однако их услуги чрезвычайно дороги, и воспользоваться ими может только шестая часть гостей столицы. Представители высшего класса занимают большой удельный вес среди посещающих Россию туристов из Германии (43%), Нидерландов (41%), Великобритании (37%). В то же время в общем туристском потоке почти всех стран преобладают представители среднего класса: Германия – 45%, Великобритания – 51, Франция – 32, Италия – 59, Нидерланды – 40%. Мнение иностранных туристов, предпочитающих комфортабельные условия проживания и обслуживания, о российском туризме не способствует формированию привлекательного облика страны. В каталоги зарубежных туристских фирм по России нередко включается предупреждение «не ждите привычного для вас сервиса».

6. Несовершенство законодательной базы. Развитие международного туризма в РФ в последние 20 лет потребовало создания соответствующей нормативно-правовой базы. В 1994-1998 гг. в указах Президента РФ поддержка туризма ставится в число приоритетных задач государства. Приняты программы развития туризма в регионах и субъектах Федерации, в том числе «Концепция развития международного туризма в Москве до 2015 года», а также «Концепция развития туризма в Российской Федерации».

Однако, несмотря на наличие федерального закона и почти 40 законов субъектов Российской Федерации, законодательство о туризме как отдельная совокупность правовых норм так и не сформировалось. Одной из главных причин этого является отсутствие четкого разграничения компетенции Российской Федерации и ее субъектов в области туризма. В настоящий момент некоторые региональные законы и правовые акты противоречат федеральному законодательству или же, дублируя его, не вносят ничего нового в сферу правового регулирования. Федеральный же закон содержит статьи, противоречащие Гражданскому кодексу РФ и закону «О защите прав потребителей». Кроме того, предметом его регулирования является преимущественно туроператорская и турагентская деятельность, он не распространяется на производителей услуг в сфере туризма (гостиницы, санаторно-курортные организации, перевозчиков, экскурсионные бюро и др.), а также не определяет специфику отношений между всеми участниками туристской деятельности.

7. Проблемы в сфере торговли товарами и сувенирной продукцией для туристов. В России отсутствует принятая в мире система торговли tax-free. На местах сувенирная торговля развита слабо, а в ряде регионов и местностей просто отсутствует. Недостаточно развита система оплаты товаров по кредитным картам.

8. Недостаток квалифицированных кадров, политическая и экономическая нестабильность, обострение криминальной обстановки и межнациональные конфликты, отсутствие реальных инвестиций, сложность получения виз и др. Понимание необходимости развития туризма в России как одной из доходообразующих отраслей экономики привело к тому, что начальные шаги в решении указанных проблем уже сделаны.

• Наблюдается ускорение темпов роста строительства туристских объектов, соответствующих уровню мировых стандартов, а также увеличение объема зарубежных финансовых инвестиций в сферу туризма.

• В 2009-2010 г. в некоторых администрациях на местах созданы ведомства, с различной степенью эффективности регулирующие деятельность в сфере туризма, начата организация информационных туристских центров, выделяются средства из бюджета на продвижение туристского продукта региональных центров, активизируется участие России в национальных и зарубежных туристских выставках.

• Разработана федеральная программа «Развитие туризма в Российской Федерации». Основная цель программы – создание в стране современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристских услугах.

Совершенно очевидно, что для дальнейшего развития туристской отрасли необходима целенаправленная государственная политика в области развития туризма, рассчитанная на выполнение следующих 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[[4]](#footnote-4).

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 создания цикловых теле- и радиопрограмм в России и за рубежом, регулярной рекламно-информационной работы в периодических средствах массовой информации;

– издания буклетов, плакатов, карт и иной рекламно – информационной печатной продукции;

– организации и проведения международных туристских выставок, в том числе создания единого российского национального стенда с привлечением к участию региональных органов управления туризмом;

– восстановления института загранпредставительств по туризму за рубежом, выполняющего функции рекламно-информационных офисов;

– создания и поддержки официального Интернет-портала федерального органа исполнительной власти в сфере туризма;

– проведения ознакомительных поездок по туристским центрам России для иностранных журналистов;

– организации Дней РФ в основных странах, направляющих туристов в Россию.

3. Формирование современной целостной нормативно-правовой базы.

4. Повышение качества обслуживания в сфере туризма путем:

– разработки и внедрения современной классификации гостиничных средств размещения;

– создания современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

#

# 3.2 Перспективы вовлечения России в мировой туризм

Несмотря на множество проблем, сдерживающих развитие туризма в России, у туристского бизнеса в нашей стране большое будущее. В перспективе, несмотря на трудности, переживаемые Россией, специалисты Всемирной туристской организации и Всемирного совета по туризму и путешествиям прогнозируют рост ее доли на мировом туристском рынке. Эксперты считают, что туризм в России в ближайшие 10 лет переживет бум инвестиций, выйдя в 2012-2014 гг. на второе место в мире по этому показателю. Уже в 2012 г. количество международных туристов, прибывающих в Россию, удвоится. Прирост числа посетивших Россию иностранных туристов в 2014 г. составит 10%. Прогнозируется, что к 2020 г. число приезжих иностранцев достигнет 47,1 млн. При этом, согласно экспертным оценкам, емкость туристских ресурсов России может составить 100 млн. человек в год при среднем времени пребывания 6 дней.

Естественно, в силу своего географического положения Россия не может стать местом массового летнего пляжного отдыха, у нас остается много проблем с туристской инфраструктурой. Тем не менее, страна обладает тем, что в ближайшие десять лет будет пользоваться наибольшим спросом у путешественников, – уникальными историко-культурными достопримечательностями и природными ценностями, экстремальностью и неповторимым своеобразием.

Территория России простирается с запада на восток на 10 000 км и почти на 3000 км от северных арктических широт до южных субтропических. Разнообразие ландшафтов позволяет развивать множество видов туризма. У России есть курорты на южном Черном и северном Балтийском морях, что делает ее пригодной для пляжного отдыха, лечения и оздоровления. Крайний Север предоставляет шанс наблюдать северное сияние и отправиться в этнические туры к северным народам, а также участвовать в сафари на оленях по тундре.

Наличие гор открывает возможности для всех видов горного туризма (альпинизм, спелеотуризм, пешие походы, рафтинг по горным рекам, горнолыжный туризм, маунтинбайкинг, полеты на дельтаплане), а также курортного лечения в местах, где есть источники минеральных вод.

Полноводные, широкие и протяженные реки Волга, Енисей, Лена буквально созданы для круизов, рыбной ловли, сплавов на плотах, катамаранах и лодках. Моря северо-запада страны – одно из направлений круизного туризма. Многочисленные озера чисты и живописны. Причем вода в них чиста не только внешне – в Карелии и на Байкале ее вполне можно пить.

Леса Центральной России, предгорий Кавказа, тайга Сибири и Дальнего Востока полны зверей и птиц, что привлекает любителей охотничьих туров. В России достаточно мест с нетронутой, дикой природой, что создает идеальные условия для экологических туров. В отличие от многих европейских стран, путешествуя по просторам России, турист может за долгое время не встретить ни одного человека. В Сибири за несколько часов езды по шоссе, проложенному прямо через тайгу, можно не встретить ни одной машины! Зато не исключено, что удастся пару раз заметить среди деревьев бурого медведя. В Астраханской области во время трансферта к месту рыбной ловли в дельте Волги егерь покажет фламинго, пеликанов и других редких птиц. Конные походы по сказочному краю – Горному Алтаю – не оставят равнодушным никого из любителей природы.

В богатой истории России в разные времена оставили свои следы викинги, древние славяне, монголо-татары, половцы, скифы, шведы, тевтонцы, греки, генуэзцы и другие народы. Наши предки наследовали от них внешность, веру, разные культуры, языки и традиции. Это стимулирует развитие внутреннего туризма – делает современных россиян интересными друг другу. Великие князья, монархи и императоры присоединяли и теряли земли и народы, путешественники заходили все дальше в глубь Севера, Сибири и Дальнего Востока и открывали новые просторы, реки, моря и океаны. Демократичные и авторитарные государи, сменяя друг друга, строили дворцы и усадьбы, создавали музеи, разрушали церкви и буддийские храмы, оставляли после себя мавзолеи, грандиозные высотные здания, мощнейшие ГЭС и одновременно лагеря для репрессированных, кукурузные поля, открывали космическую эру, создавали уникальные образцы вооружения и восстанавливали храмы. Все эти события сделали Россию такой, какой ее может увидеть каждый в экскурсионном (культурно-познавательном) туре.

Заслуживает внимания и развитие круизного, приключенческого, экологического, культурно-познавательного, спортивного, лечебно-оздоровительного туризма. Учитывая огромную территорию России, нельзя упускать из виду трансграничный туризм. Эксперты разбили карту России на туристские зоны (районы), для каждой из которых выделили приоритетные типы и направления туризма. Далее с помощью специальных экспертных методик и шкал они оценили основные параметры района, характеризующие туристскую привлекательность районов, а также факторы, влияющие на уровень сложности их посещения туристами; климатическую и экологическую ситуацию, развитие гостиничного бизнеса и состояние инфраструктуры, территориальный фактор (площадь территории и взаимоотдаленность населенных пунктов), доступность района для массового туриста, наличие объектов культурно-исторического значения, курортных и рекреационных комплексов. В результате интегрирования всех параметров был получен туристский потенциал района – условная величина, иллюстрирующая, в какой степени, при условии вложения необходимых инвестиций, он может быть востребован туристами с учетом их комплексных потребностей в туристских продуктах различного типа. Такие потенциалы районов, а также сделанные на их основе оценки минимальных объемов средств, необходимых для инвестирования в тот или иной регион России, приведены в таблице[[5]](#footnote-5) (Приложение 2).

Усредненный показатель туристского потенциала России – 55,8%, – весьма высок. Это значит, что более половины ландшафтно-географических и климатических ресурсов страны могут быть использованы для развития самых различных туристских направлений. Для сравнения: туристский потенциал Турции составляет 38,4%, Греции – 35, Италии – 49, Франции, Германии и Испании – чуть более 50% (естественно, что потенциалы отдельных районов и областей могут быть значительно выше)[[6]](#footnote-6). Следовательно, Россия – страна весьма перспективная с точки зрения комплексного туризма.

Наиболее же привлекательной для массового туризма и проведения олимпийских игр в ближайшие 3-5 лет, при прочих равных условиях, по-прежнему останется южная курортная область, инвестиции в которую оцениваются в объеме, не меньшем 2,5 млрд. долларов. Так же высоким потенциалом обладают Центральная, Северная и Поволжская территории.

Выездной туристский рынок страны также обладает большим, но пока слабо задействованным потенциалом. По сравнению с другими странами российские граждане малоактивны. Если в Германии, например, ежегодно свыше 75% жителей отправляются в путешествия, то в России этот показатель составляет всего 21%. Результаты обследования, проведенного в 2007 г., показали, что подавляющая часть россиян (60%) отдыхала, не выезжая из дома. Среди тех, кто все же предпринял путешествие, особенно выделялись москвичи. В дальнее зарубежье жители Москвы ездили чаще жителей Севера в 3 раза, Сибири и Дальнего Востока – в 6 раз, Юга страны – в 11 раз и во много раз чаще, чем население Поволжья и Урала. Однако существуют многие объективные факторы, обеспечивающие в России хорошие перспективы для выездного туризма:

* урбанизация,
* высокий уровень образования,
* повышенный интерес россиян к жизни других стран и народов,
* большое количество свободного времени (по числу праздников и перенесению праздничных дат с целью продления каникул наша страна занимает одно из первых мест в мире),
* изменение приоритетов в сторону духовных ценностей,
* улучшение материального благосостояния и др.

В целом указанные выше тенденции развития мирового туризма относятся и к России. Например, переход от пассивного отдыха к активному или увеличение частотности и снижение длительности поездок. Еще раз необходимо подчеркнуть, что в России есть большие возможности для развития таких перспективных видов туризма, как приключенческий (в настоящее время для нужд туризма природно-материальные богатства используются лишь на 7-15%), круизный, космический и, конечно, культурно-познавательный.

Кроме того, особенность географического положения дает России два существенных преимущества на рынке туристических услуг. Во-первых, Россия граничит с Европой, которая остается и будет оставаться в дальнейшем главным поставщиком туристов на рынке. Во-вторых, Россия расположена близко к странам Азии. В ближайшие 20 лет самыми высокими темпами туризм будет развиваться именно в этом регионе. В 2009 г. одной из ведущих стран по развитию въездного туризма стал Китай, который вышел на уровень 36,8 млн. иностранных туристов в год, что составило 5% мирового рынка. Места в первой десятке наиболее популярных стран мира достались также Японии и Корее. Все это дает России шанс увеличить число приезжающих к нам иностранных туристов.

#

# Заключение

Из всего написанного выше можно сделать следующие выводы: на современном этапе включения России в мировой рынок туризма формирование комплекса туристических услуг наиболее востребовано в сфере инсентив-туризма. Инсентив-туризм целиком и полностью строится на уникальных комплексах туристических услуг, предложенных и доработанных в соответствии с требованиями клиентов туроператором.

Наиболее популярными видами туризма в Российской Федерации к 2020 г. станут: приключенческий, экологический, культурно-познавательный, тематический (в том числе посещение тематических парков), а также круизы. Соответственно, приоритетность этих направлений туризма скажется и на бизнес-туризме, особенно в секторе инсентив: уже сегодня многие российские компании предпочитают отправлять своих лучших сотрудников среднего звена на приключенческие сафари и экстремальные поездки в различные экзотические места земного шара. Соответственно, и инновационные туристические разработки необходимо вести в тех же направлениях.

Кроме того, ВТО прогнозирует, что время, которое люди будут выделять на свой отдых, будет сокращаться. Согласно исследованиям, путешественники XXI в. будут «богаты деньгами, но бедны временем». В результате они будут искать туристский продукт, включающий в себя максимум удовольствий в минимальный отрезок времени. С учетом того, что бизнес-туризм уже сегодня ориентирован на оперативность и максимальную насыщенность событиями, а средняя длительность поездки составляет 3-5 дней, дальнейшее ускорение всех процессов потребует от туроператоров еще большего насыщения туристического продукта событиями при условии минимальных сроков.

По прогнозам в туризме будут процветать круизные путешествия, поскольку люди смогут посетить несколько мест за короткий срок. Станут популярными деловые поездки на выходные, а деловые поездки во многих компаниях будут сокращаться по времени. В ближайшие десять лет туризм останется крупнейшим источником создания новых рабочих мест в европейских странах и в ряде стран других регионов.

Подвести итог хочется тем, что Россия сейчас находится на этапе поднятия индустрии туризма, пусть пока не всё хорошо получается, но шаги уже предпринимаются. Во многом стоит поучиться у западных коллег, перенять их опыт, складываемый десятилетиями, что-то Россия может привнести своего в этот бизнес, если планомерно будет работать в таких областях как: законодательная система и экономическое стимулирование, инфраструктура и качество обслуживания, политика ценообразования и продвижение российского бренда за рубеж.

Можно все эти главные моменты объединить в такой «формуле»: отели – цена – продвижение продукта – организация приема здесь – событийность – адрессность рекламной кампании за рубежом.

# Список использованной литературы

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник – М.: Аспект Пресс, 2008.
2. Долматов Г.М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы. − Р-н/Д.: Феликс, 2010.
3. Здоров А.Б. Экономика туризма. − М.: Финансы и статистика, 2009.
4. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, маркетинг. – М.: Ось-89, 2008.
5. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2008.
6. Соколова М.В. История туризма. – М.: Академия, 2009.
7. Харрис Г., Кац К.М. Стимулирование международного туризма в XXI веке. − М., 2009.
8. Экспертно-аналитическая группа ЭКСПАНС. Откуда нам взять 20 млрд. долларов? // Туризм: практика, проблемы, перспективы. − 2010. − №10.

Приложение **1**

Таблица 1. − Воздействие рекламы на поступления от рынка

туристических услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Страна | Рост расходов на рекламу, % | Рост поступлений от туризма, % |
| США  | 6,3 | 11,7 |
| Какала | 23 | 38 |
| Франция  | 156 | 164 |
| Германия  | 24 | 106 |
| Сингапур | 28 | 213 |
| Испания  | 83 | 126 |
| Шри-Ланка  | 177 | 245 |

**Приложение 2**

Таблица 2. − Туристский потенциал промышленно-экономических районов России

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Туристские районы | Основные туристские объекты и виды отдыха | Потенциал района, % | Условный минимальный объем требуемых инвестиций, млн. долл. |
| Южный  | Курорты Черноморского побережья, санатории и дома отдыха, Северного Кавказа, горнолыжный и горный туризм | 79,2 | 2580 |
| Центральный  | Москва, объекты Подмосковья, старинные города Золотого кольца, пансионаты и дома отдыха на реках и озерах центральных областей | 73,5 | 2390 |
| Северный | Озера Карелии, Валаам, Кижи, Соловецкие острова, поморские города, поселки Архангельской области | 71,9 | 2340 |
| Поволжье  | Курортные зоны Жигулей, волжские санатории и дома отдыха Самарской и Саратовской областей, круизы по средней и верхней Волге, Каме | 60,7 | 1975 |
| Урал | Санатории горного и полярного Урала Свердловской, Челябинской областей, лесные и речные пансионаты Башкортостана | 56,0 | 1825 |
| Западно-Сибирский | Горный туризм на Алтае, Телецкое озеро, курорт Белокуриха, пансионаты и дома отдыха на берегах рек, озер и водохранилищ | 50,6 | 1650 |
| Черноземье | Пансионаты и дома отдыха Воронежской и Белгородской областей | 45,3 | 1475 |
| Северо-Западный | Старинные города Новгород и Псков, Ладожское, Ильменское, Онежское озера | 44,0 | 1435 |
| Восточно-Сибирский | Горный и экстремальный туризм в Саянах, пансионаты и дома отдыха в «Красноярских столбах», на Енисее и Ангаре | 40,3 | 1310 |
| Дальневосточный | Пансионаты и здравницы на берегу Тихого океана, горный и экзотический туризм на Камчатке, Сахалине, экстремальные маршруты по Уссурийской тайге | 36,9 | 1200 |
| **Итого по России** |  | **55,8%** | **20 млрд.** |

1. Здоров А.Б. Экономика туризма. − М.: Финансы и статистика, 2009. [↑](#footnote-ref-1)
2. Харрис Г., Кац К.М. Стимулирование международного туризма в XXI веке. − М., 2009. [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. [↑](#footnote-ref-3)
4. Долматов Г.М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы. − Р-н/Д.: Феликс, 2010. [↑](#footnote-ref-4)
5. Экспертно-аналитическая группа ЭКСПАНС. Откуда нам взять 20 млрд. долларов? // Туризм: практика, проблемы, перспективы. − 2010. − №10. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. [↑](#footnote-ref-6)