Содержание

Введение

Глава 1. Существующее состояние сферы туризма в России

1.1 Состояние нормативного правового регулирования в сфере туризма в России

1.2 Состояние туристской инфраструктуры

1.3 Направления развития сферы туризма в России

Глава 2. Продвижение России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках

2.1 Исследование сферы туризма в Поволжье

2.2 Развитие туризма в Поволжье

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

Введение

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках.

В настоящее время индустрия туризма в мире является одной из наиболее динамично развивающихся сфер в торговле услугами.

Актуальность темы исследования**.** Значение туризма в мире постоянно растет, что связано с возросшим влиянием этой сферы на экономику. Туризм является существенным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу. Кроме этого туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства. В нашей стране в настоящее время в целом постепенно формируется реалистичный подход к туризму и понимание его как сферы экономики, обладающей значительными выгодами для социально-экономического развития регионов России. Потенциал туристской сферы в России неоднозначен, так наряду с имеющимися очевидными преимуществами - богатейшее культурно-историческое и природное наследие нашей страны в сочетании с фактором неизведанности - сфера туризма в России имеет и свои конкурентные слабости - недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны - которые мешают развитию туристской отрасли. Поэтому важным и имеющим практическое значение является изучение приоритетных направлений развития туризма в России.

Системная проблема состоит в том, что при сохранении сложившегося уровня конкурентоспособности России на мировом туристском рынке возможности развития отечественного туристского рынка будут недостаточными для повышения уровня жизни и увеличения занятости населения, удовлетворения растущего спроса на качественные туристские услуги.

Основная цель курсовой работы **–** изучение и раскрытие основных направлений развития туризма в России, являющихся приоритетными и определяющими будущее состояние отрасли.

Объект исследования**.** Объектом исследования являются тенденции развития туризма в России, характеризующие современное состояние отрасли.

Предметом исследования являются основные направления и механизмы решения задач развития сферы туризма.

Задачи**:**

- характеристика существующего состояния туризма в Российской федерации;

- выявление главных конкурентных преимуществ и недостатков отрасли.

Основная гипотеза состоит в том, что России присущ потенциал для формирования конкурентоспособного туристского рынка. Эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках и носящая агрессивный характер, позволит сделать туризм доходной составляющей всей экономики России.

Глава 1 Существующее состояние сферы туризма в России

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных цепей в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, создание отечественных гостиничных цепочек. Резко увеличился объем инвестиционных предложений по гостиничному строительству как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. При этом основные предложения направлены на развитие гостиничного бизнеса в регионах России. Особо следует отметить успехи последних лет в развитии курортно-туристического комплекса Краснодарского края, которые закономерно привели к выбору нашей страны при определении Сочи местом проведения зимней Олимпиады – 2014. Благодаря этому получили всемирную известность не только Красная Поляна и Сочи, но и весь Краснодарский край в целом, что обуславливает долгосрочный бизнес-интерес к развитию туристской инфраструктуры данного региона и гарантию того, что через несколько лет Черноморское побережье станет развитым курортным центром мирового уровня [5].

В настоящее время в стране насчитывается более 6 тысяч гостиниц, тогда как в 2004 году их насчитывалось только 4 тысячи. С учетом количества иных средств размещения, таких как пансионаты, дома и базы отдыха, туристские базы и другие, общее количество средств размещения туристов составляет около 10 тысяч. Численность российских граждан, проживавших в 2006 году в гостиницах, санаторно-курортных организациях и организациях отдыха, составила 26,6 млн.человек, из них в гостиницах - 16,4 млн.человек.

Объем платных услуг, оказываемых населению гостиницами и аналогичными средствами размещения, ежегодно растет и составил в 2007 году 88,9 млрд.руб., что превысило показатели 2005 года на 47%.

По прогнозным оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2007 году в ВВП нашей страны с учетом мультипликативного эффекта составили 6,7%. Согласно данным того же источника, число рабочих мест в туризме составило 1% от общей занятости, с учетом смежных отраслей - 5,7%, инвестиции в основной капитал в туристскую индустрию России составляют 12,1% от общих инвестиций при годовом росте в 8,2% [10].

Известно, что наша страна насчитывает огромное количество культурных и природных достопримечательностей, а также иных объектов туристского показа. К ним, согласно данным Росстата, относятся 2368 музеев в 477 исторических городах, 590 театров, 67 цирков, 24 зоопарка, почти 99 тысяч памятников истории и культуры, 140 национальных парков и заповедников. В России в настоящее время действуют 103 музея-заповедника и 41 музей-усадьба (идентичные музеям-заповедникам по характеру деятельности объекты, отличающиеся, как правило, небольшой территорией). Музеи-заповедники играют важнейшую роль в формировании привлекательного образа России за рубежом. Из 15 объектов культурного наследия, входящих в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, 12 находятся в составе музеев-заповедников. В соответствии с этим сеть музеев-заповедников как центров международного и внутреннего туризма требует постоянного совершенствования и развития.

Что касается таких объектов туристской инфраструктуры, как аквапарки, развлекательные центры, горнолыжные комплексы, туристский транспорт и др., то их явно не хватает.

Очевидным является и то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха на территории России российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

Москва и Санкт-Петербург, являясь до сих пор основными транспортными воротами для въезда иностранных туристов, принимают на себя до 75% международных прибытий, число которых в последние 2-3 года сокращается из-за резкого роста цен в названных городах. Сокращение въездного туристского потока в нашу страну начало происходить с 2006 года. В 2007 году число прибытий «классических» иностранных туристов с целью отдыха уменьшилось более чем на 8%.

Это объясняется прежде всего возросшими за последние два года ценами на услуги в стране, а также резким ростом цен на гостиницы в Москве из-за уменьшения числа отелей туристского класса в центре города за счет сноса или закрытия с целью реконструкции ряда известнейших и популярных среди туристов гостиниц, таких как «Интурист», «Москва», «Минск», «Россия», «Украина», «Ленинградская», «Центральная» и «Пекин». В Москве по разным причинам были изъяты из оборота 9 тысяч мест уровня 3 «звезды». Именно нехватка мест в гостиницах туристского класса негативно влияет на развитие въездного и внутреннего туризма. Это существенно удорожает пакет услуг, предлагаемый туристам при их путешествии в Россию. В планах Правительства Москвы намечено построить 353 новых гостиницы до 2011 года. Однако, учитывая укрепление рубля и сложившуюся в столице ситуацию, при которой средняя цена за номер в гостиницах Москвы существенно выше стоимости номера аналогичной категории в странах Европы при более низком комфорте и качестве услуг, иностранным туристам с ограниченным бюджетом становится невыгодно приезжать в столицу. Такая ситуация может сохраниться в ближайшие 2-3 года [11].

С целью получения комплексной характеристики современного уровня развития туризма в стране с учетом результатов деятельности государства по развитию данной сферы следует более подробно остановиться на рассмотрении состояния и тенденций развития нормативного правового регулирования, туристской инфраструктуры, подготовки кадров, статистической базы, продвижения России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках, а также международном сотрудничестве в сфере туризма.

1.1 Состояние нормативного правового регулирования в сфере туризма в России

Современное состояние нормативного правового регулирования в сфере туризма характеризуется следующими тенденциями:

* развитием и реализацией правовых норм, направленных на повышение гарантий и эффективности защиты прав и законных интересов потребителей туристского продукта, качества и безопасности туризма;
* усилением экономической (финансовой) ответственности лиц, осуществляющих туристскую деятельность, за нарушение гражданско-правовых обязательств, а как следствие - повышением прозрачности, стабильности и инвестиционной привлекательности туристского бизнеса;
* появлением правовых актов, регламентирующих вопросы классификации и стандартизации в различных сегментах туристской индустрии (средства размещения, пляжи, горнолыжные трассы и др.);
* развитием нормативного правового регулирования в области безопасности туризма;
* формированием правовых основ саморегулирования на туристском рынке, в том числе активным развитием нормотворчества саморегулируемых организаций (ассоциаций (союзов) туроператоров, банков и страховщиков);
* комплексностью нормативного правового регулирования в сфере туризма, в том числе наличием значительного числа «туристских норм» в смежных с законодательством о туристской деятельности отраслях законодательства (далее – смежное законодательство);
* развитием регионального правотворчества в сфере туризма и его унификацией;
* гармонизацией законодательства Российской Федерации и права Европейского Союза, законодательств государств Содружества независимых государств и др.

Наиболее отчетливо эти тенденции проявились в 2006-2007 годах, когда в результате эффективной правотворческой деятельности федерального органа исполнительной власти в сфере туризма, Правительства Российской Федерации и Федерального Собрания Российской Федерации были приняты нормативные правовые акты, сформировавшие в нашей стране правовые основы современного цивилизованного туристского рынка. В настоящий момент законодательство о туристской деятельности в значительной мере соответствует нормам и принципам международного права, гармонизировано с правом Европейского Союза и законодательством развитых в туристском отношении государств [10].

Законодательство о туристской деятельности

В соответствии со статьей 2 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о туристской деятельности) законодательство Российской Федерации о туристской деятельности относится к совместному ведению Российской Федерации и субъектов Российской Федерации и состоит из Закона о туристской деятельности, принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации.

Законодательство Российской Федерации о туристской деятельности определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации прав туристов на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации.

Основным содержанием норм законодательства о туристской деятельности являются вопросы защиты прав потребителей туристского продукта, правового регулирования деятельности туроператоров и турагентов, а также публичной организации предпринимательской деятельности в сфере туризма. Именно в этой области правового регулирования в 2007 году произошли кардинальные изменения (изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (№ 12-ФЗ от 5 февраля 2007 г.).

С принятием Закона механизм лицензирования туристской деятельности, существовавший в период 1993 – 2006 годов, был заменен на более эффективный способ государственного регулирования туристской деятельности - единый федеральный реестр туроператоров (далее – реестр). В связи с этим основным документом, необходимым предпринимателям для внесения сведений о них в реестр, является договор страхования ответственности туроператора или банковская гарантия исполнения обязательств туроператора (финансовое обеспечение). С 1 июня 2008 г. для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма, размере финансового обеспечения не может быть менее 10 млн. рублей, а для туроператоров, занимающихся внутренним туризмом – 500 тыс. рублей.

В свою очередь турагентская деятельность в настоящий момент освобождена от какого-либо избыточного административного регулирования. Деятельность турагентов регламентируется Правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденных в июле 2007 года постановлением Правительством Российской Федерации, а также внутренними стандартами ассоциаций туроператоров и локальными актами турагентов и их объединений [8].

Важное место в деятельности федеральных органов исполнительной власти уделяется вопросам безопасности туризма. В январе 2008 года вступил в силу Административный регламент по предоставлению государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания. Административный регламент направлен на своевременное обеспечение туристов достоверной информацией об угрозах безопасности в стране (месте) временного пребывания.

В целях повышения качества туристских услуг и обеспечения безопасности туризма в области стандартизации и классификации объектов туристской индустрии Ростуризмом утверждены нормативные правовые акты, регламентирующие вопросы классификации средств размещения, горнолыжных трасс и пляжей. В течение трех лет классификация гостиниц осуществляется на основе государственно-частного партнерства, подтверждая оценку качества обслуживания, став своего рода знаком качества. Как показывает международная практика, наличие «звезд» у гостиницы существенно повышает ее привлекательность для потенциальных клиентов. В настоящее время система активно внедряется в российских регионах, особо нуждающихся в доверии потребителей.

Система классификации пляжей, недавно введенная в действие, получила положительные отзывы российских и международных экспертов, а также руководителей санаторно-курортного комплекса и начала реализовываться. Аналогичная работа ведется по внедрению Системы классификации горнолыжных трасс [9].

Названные системы классификации, призванные существенно повысить уровень безопасности отдыхающих и структурировать российский рынок, включают в себя порядок проведения оценки соответствия гостиниц (пляжей, трасс) требованиям безопасности, информационному обеспечению, предоставлению дополнительных услуг для туристов и другие положения.

Значительное внимание в деятельности федеральных органов исполнительной власти отводится вопросам анализа и обобщения правоприменительной практики, на основе которой формируются предложения по совершенствованию законодательства о туристской деятельности. Так, при федеральном органе исполнительной власти в сфере туризма на постоянной основе функционирует межведомственная рабочая группа по мониторингу законодательства о туристской деятельности. Активную роль в рабочей группе играют представители гражданского общества (ассоциации туроператоров, ассоциации (союзы) банков и страховщиков).

Законодательство о туристской деятельности активно развивается в субъектах Российской Федерации. В 48 субъектах Российской Федерации существуют специальные законы, регулирующие общественные отношения в сфере туризма (законы «О туризме», «О туристской деятельности в субъекте Российской Федерации», «О поддержке развития туризма», «О развитии внутреннего и въездного туризма» и т.д.). Наряду с законами в 3 субъектах Российской Федерации действуют концепции развития туризма, (санаторно-курортного, туристского комплекса) на среднесрочную перспективу, а в 16 регионах приняты региональные целевые программы развития туризма. Все это подчеркивает значение туризма для социально-экономического, культурного, экологического и иного развития субъектов Российской Федерации [9].

К сожалению, действующие нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации не всегда регулируют актуальные проблемы развития регионального туризма. Часто региональные законы создаются по одним и тем же канонам, что и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Вместе с тем, федеральный закон и законы субъектов Российской Федерации имеют очевидное изначальное различие. Первые - призваны заложить единые (общие) подходы к государственному регулированию в сфере туризма, а вторые – особенности применительно к конкретным территориям субъектов Российской Федерации.

В связи с этим в целях эффективного развития регионального туризма в разрабатываемых субъектами Российской Федерации нормативных правовых актах целесообразно отражать следующие актуальные вопросы правового регулирования туризма:

* определения и поддержки в субъекте Российской Федерации приоритетных направлений туристской деятельности;
* защиты прав и законных интересов туристов в субъекте Российской Федерации, реализации на его территории мер обеспечения безопасности туризма;
* содействия информационному обеспечению регионального туризма, в том числе путем продвижения регионального туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
* содействия стандартизации и классификации объектов туристской индустрии, расположенных на территории субъекта Российской Федерации;
* классификации и оценки туристских ресурсов субъекта Российской Федерации, установления режима их охраны, порядка сохранения целостности туристских ресурсов и реализации мер по их восстановлению, определения порядка использования туристских ресурсов с учетом предельно допустимых нагрузок на окружающую природную среду;
* содействия в субъекте Российской Федерации кадровому обеспечению и развитию научных исследований в сфере туризма;
* содействия деятельности предпринимателей в сфере туризма;
* другие вопросы, за исключением вопросов, отнесенных к исключительным предметам ведения и полномочиям Российской Федерации.

Смежное законодательство

Сфера туризма представляет собой сложный межотраслевой комплекс. В связи с этим нормативное правовое регулирование отношений в данной сфере включает в себя не только правовые акты законодательства о туристской деятельности, но и акты различных отраслей законодательства Российской Федерации.

Так, большое значение для развития туризма в нашей стране имеет Федеральный закон от 3 июня 2006 года № 76-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Он сформировал правовую основу для создания и функционирования в России туристско-рекреационных особых экономических зон, а также развития государственно-частного партнерства. В законе впервые дано определение туристско-рекреационной деятельности как деятельности, включающей в себя элементы туристской, санаторно-курортной и инвестиционной деятельности, что важно для комплексного правового регулирования сферы туризма. В 2006 году в России определены 7 туристско-рекреационных особых экономических зон.

Принятый в 2005 году Федеральный закон «О концессионных соглашениях» регулирует отношения, возникающие с реализацией концессионных соглашений, устанавливает гарантии прав и законных интересов сторон концессионного соглашения. В развитие указанного Закона, подготовлено постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении типового концессионного соглашения в отношении объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения». С принятием указанных нормативных правовых актов сформированы правовые основы привлечения инвестиций в развитие инженерной, транспортной и иной инфраструктуры туризма, а также обеспечение эффективного использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности [7].

Реализация Федерального закона «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» обеспечит проведение на высшем уровне XXII Олимпийских игр в г. Сочи и будет способствовать росту туристского потока в Краснодарский край и в Россию в целом.

Значительный социально-экономический эффект получен от реализации постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении положения о пребывании на территории Российской Федерации иностранных граждан – пассажиров круизных судов». Данный документ существенно упростил туристские формальности для иностранных туристов, прибывающих в Российскую Федерацию на круизных судах сроком не более чем на 72 часа. Такие туристы могут посещать туристские центры нашей страны без оформления визы, что способствует получению значительных выгод для российских портовых городских и иных поселений (Санкт-Петербург, Владивосток, Петропавловск-Камчатский и др.).

28 июня 2007 г. принят приказ Минтранса России №82 «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей». Правила являются своевременным и актуальным документом в сфере регулирования туристских авиационных перевозок и существенно повышают гарантии защиты прав и законных интересов пассажиров, обеспечивают качество оказываемых услуг.

Нормы законодательства о туристской деятельности тесно переплетаются с правовыми нормами, регулирующими вопросы правового положения иностранных граждан, миграционного учета, вопросами выезда за пределы территории Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию и др. вопросами государственной миграционной политики. В связи с этим принятие государством решений в данной сфере должно осуществляться с учетом соблюдения баланса интересов развития въездного туризма, а также интересов обеспечения национальной безопасности Российской Федерации [6].

Требования динамики развития туристского рынка обусловливают необходимость постоянного совершенствования законодательных актов сферы туризма, а также мониторинга смежного законодательства, влияющего на состояние туристской индустрии.

1.2 Состояние туристской инфраструктуры

К наиболее значимым проблемам, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, относятся недостаточное развитие туристской инфраструктуры и отсутствие, за редким исключением, практики создания субъектами Российской Федерации благоприятных условий для инвестиций при строительстве средств размещения и иных объектов туристского использования.

В настоящее время в нашей стране значительная часть материальной базы туризма нуждается в обновлении, так как около половины гостиниц в нашей стране относятся к некатегорийным.

Вместе с тем предложения по развитию туристской инфраструктуры не могут ограничиваться только созданием нового и реконструкцией существующего гостиничного фонда. Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры, включающей в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующую инфраструктуру (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.). Размещение вновь возводимых туристских комплексов должно учитывать как параметры туристского спроса по видам туризма, так и характер туристского предложения - наличие туристских ресурсов, условий для кадрового обеспечения, в соответствии с экологическими требованиями и экономической целесообразностью [4].

Главными препятствиями для привлечения инвестиций являются отсутствие готовых инвестиционных площадок, необходимые бизнес-структуры, наличие местных административных барьеров и невыгодные условия аренды земли. Так, оформление земельного участка под гостиницу часто требует огромного числа согласований и затягивается на два-три года. Неурегулированными остаются вопросы использования рентных доходов в личных целях (сдача жилья в наем под гостиничное использование).

В настоящее время наиболее перспективными видами туризма на мировом туристском рынке, растущими опережающими темпами, являются:

- культурно-познавательный туризм, охватывающий 10% общего международного потока туристов и характеризующийся высокой средней нормой туристских расходов;

- активные виды туризма, такие как спортивный и приключенческий, приобретающие все более широкую популярность в мире;

- специализированный туризм, подразумевающий такие его разновидности как экологический, научный, учебный, событийный, лечебно-оздоровительный и др.;

- круизный - морские и речные круизы, в которых в 2006 году участвовало более 12 млн. туристов;

- деловой туризм, охватывающий так называемую индустрию MICE (деловые встречи, событийные мероприятия, конференции, инсентив-поездки).

С учетом характера российских туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).

Для внутреннего рынка особенно важно развивать пляжный и оздоровительный туризм [2].

Пляжный туризм является одним из самых популярных видов отдыха у россиян: 38% российских туристов предпочитают отдыхать у воды. Это направление активно развивается на Черном и Балтийском морях. Большие перспективы развития пляжного отдыха есть у курортов Азовского и Каспийского морей, однако отсутствие гостиничной и иной туристской инфраструктуры на Каспийском море и устаревшая инфраструктура на Азовском море являются сдерживающими факторами для успешного туристского развития этих территорий. При соответствующем развитии инфраструктуры этот вид туризма мог бы получить широкое распространение в Приморском крае.

Яхтенный туризм в России в целом только начинает развиваться, и количество туристов составляет не более 0,5 % от внутреннего турпотока, наибольшую популярность он имеет в Ленинградской области и Карелии, хотя мог бы получить развитие во всех названных приморских регионах.

Для России с ее недостаточно развитой туристской инфраструктурой и огромным невостребованным туристским потенциалом развитие специализированного туризма как нового альтернативного направления представляет наибольший интерес с точки зрения привлечения искушенного иностранного потребителя и диверсификации внутреннего туристского предложения.

Выявленные приоритетные виды туризма и перспективные туристские регионы определяют соответствующие им приоритеты в развитии туристской инфраструктуры [2].

По уровню туристского предложения, учитывающего неравномерность распределения туристских ресурсов на территории страны, а также различный уровень развития туристской инфраструктуры и кадрового потенциала, районы страны могут быть распределены следующим образом:

- регионы с высоким уровнем развития туристского продукта – Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Калининградская область, регионы Золотого Кольца;

- регионы со средним уровнем развития туристского продукта – Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия, Татарстан, Поволжье, такие республики Северного Кавказа, как Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария, Ростовская область, Иркутская область, Приморский край, Камчатка, Мурманская область, Ханты-Мансийский автономный округ;

- регионы с недостаточным уровнем развития туристского продукта, но обладающие значительным потенциалом для перспективного развития: прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, районы Крайнего Севера (Арктика, Земля Франца-Иосифа), Дальневосточный регион (Курилы, Командорские острова, Якутия, Хабаровский край, Чукотка, Магаданская область), Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.), Тува (п.Кунгуртуг, озеро Тере-Холь, крепость Пор-Бажын), Бурятия, Урал. В перечисленных районах качественный туристский продукт только начинает появляться.

Одной из актуальных проблем является проблема транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития туризма в России. Это относится к авиа-, железнодорожному, водному и автосообщению, строительству автомобильных дорог [4].

Недостаточно высокий уровень организации воздушного транспорта внутри страны по сравнению с международными перевозками является одним из основных факторов, ограничивающих дальнейшее развитие туристских комплексов в регионах страны. Услуги аэропортов по обслуживанию воздушных судов, пассажиров и грузов регулируются государством как услуги естественных монополий, что ограничивает конкуренцию на внутреннюю авиаперевозку и не позволяет снизить цены на наземное обслуживание. Конкуренция на основных направлениях между авиаперевозчиками будет способствовать снижению цен и соответствующему увеличению туристского потока. В отличие от многих зарубежных стран в России практически отсутствуют низкобюджетные перевозчики с современным авиапарком. Доля авиационных перевозок в структуре въездного и внутреннего туристского потока весьма значительна, однако состояние парка авиалайнеров, аэропортов, взлетно-посадочных полос пока сдерживает развитие туризма в ряде российских регионов.

Несмотря на позитивные сдвиги, произошедшие за последние годы на пассажирском железнодорожном транспорте (обновление парка железнодорожных составов, введение скоростных поездов на ряде направлений, расширение туристского предложения, связанного с появлением туристских поездов на наиболее популярных культурно-познавательных маршрутах, повышение качества сервиса в целом), остаются нерешенными такие проблемы, как дефицит железнодорожных перевозок в высокий сезон, сложность покупки железнодорожных билетов, отсутствие электронного билета, завышенные цены. В контексте общеевропейской тенденции роста популярности железнодорожных туристских поездок по сравнению с авиационными и в связи с большей экологической безопасностью железнодорожного транспорта по сравнению с воздушным решение упомянутых проблем имеет важнейшее значение для развития туристских поездок внутри страны. Перевозка наибольшего потока туристов в России осуществляется именно железнодорожным транспортом: в 2007 году его услугами воспользовалось около половины от общего числа туристов [1].

На протяжении многих лет большой популярностью у иностранных и российских туристов пользуются речные круизы. Наиболее востребованным маршрутом являются круизы Москва – Санкт-Петербург, а также на Валаам, Соловки, Кижи, а также по Волге. Всего в России на сегодняшний день курсируют 110 теплоходов по более чем тысяче речных маршрутов. В то же время пропускные возможности шлюзового хозяйства между Москвой и Санкт-Петербургом практически исчерпали себя и дальнейшее количественное увеличение пассажирского флота на данном маршруте невозможно. Перспективными регионами для развития речных круизов являются акватории сибирских рек – Лены, Енисея и Оби, а также Амура.

Россия в последние десятилетия собственного строительства современных круизных судов практически не ведет и в то же время не закупает круизные суда за рубежом. В связи с этим практически остановлено круизное судоходство по Черному морю, не развивается пассажирское судоходство на Каспийском и Азовском морях, тормозится развитие речных круизов в Центральной России, в Сибири и на Дальнем Востоке. Изношена инфраструктура круизного туризма - морские и речные вокзалы, причалы и др.

Туристские автобусы с современным уровнем комфорта также не производятся отечественной промышленностью, несмотря на то, что около 15% туристов используют именно этот вид транспорта.

В последние годы начал активно развиваться горнолыжный туризм, однако для современного оснащения горнолыжных комплексов необходимы не только гостиницы, но и наличие инженерной и транспортной инфраструктуры – водо-, энерго- и газоснабжения, развитой дорожной системы, горнолыжных подъемников и иного оборудования, информационных коммуникаций, качественного сервиса, экологически безопасной инфраструктуры. Кроме этого, сложен механизм предоставления в аренду земельных участков лесного фонда для строительства горнолыжных объектов [8].

В настоящее время на территории Российской Федерации функционируют около 150 горнолыжных комплексов (Приложение 7). Самыми популярными горнолыжными комплексами Российской Федерации являются: «Красная Поляна» в Краснодарском крае (260 тыс. туристов), «Домбай» в Карачаево-Черкесской Республике (в 2007 году принято 195 тыс. туристов), «Приэльбрусье» в Кабардино-Балкарской Республике (100 тыс. туристов). Горнолыжные центры Московской области в 2007 году приняли более 320 тыс. человек.

Построены и успешно функционируют горнолыжные центры «Бобровый Лог» (Красноярский край), «Белокуриха» (70 км от г. Бийска), «Шерегеш» (200 км от г. Новокузнецка), «Соболиное» (145 км от г. Иркутска), интенсивно развивается горнолыжный комплекс на озере Байкал (пос. Листвянка Иркутской области), «Завьялиха» (12 км от г. Челябинска),

Строятся горнолыжные центры и в других регионах: в Республике Карелия («Спасская Губа», Нижегородской области («Нижегородская Швейцария», на Урале - в Челябинской области («Две долины», «Евразия» и в Кемеровской области, на Алтае («Манжерок», в Магаданской области («Марчекан» (перечень крупнейших горнолыжных комплексов России, расположенных в различных регионах России, дан в Приложении).

Учитывая климатические и ландшафтные особенности России, горнолыжный, как и другие зимние виды туризма, имеют большие перспективы развития.

Существенной проблемой являются высокие таможенные пошлины на закупку транспортных средств (туристских автобусов, круизных судов), гостиничного и ресторанного оборудования, оборудования для горнолыжных комплексов, аквапарков и иной инфраструктуры, не производимого в России.

Государство оказывает поддержку развитию туристской инфраструктуры в основном в рамках Федеральной целевой программы «Юг России». Так, за период 2006-2007 гг. в рамках ФЦП «Юг России» в регионах Южного Федерального округа были пущены в эксплуатацию две канатные дороги: на Домбае – Карачаево-Черкесская Республика и на Эльбрусе – Кабардино-Балкарская Республика. Введена в строй первая очередь подъездных дорог на горнолыжный курорт Лаго-Наки – Республика Адыгея.

Пуск в 2007 году в эксплуатацию перечисленных объектов позволил увеличить поток туристов на Домбай с 70 до 90 тыс. человек и привлечь на строительство 51 малого гостиничного комплекса свыше 500 млн. рублей частных инвестиций. В курортных регионах Кавказских Минеральных Вод и г. Анапы в результате решения программных мероприятий мощность водоснабжения и сооружений водоотводящих систем возросла на 40%, что позволит увеличить возможность приема отдыхающих на 500 тыс. человек.

На территории Майкопского района Республики Адыгея за счет привлеченных частных инвестиций построены и введены в эксплуатацию 3 гостиницы на 200 мест. Это позволит создать условия для устойчивого развития поселков Хамышки и Гузерипль, находящихся в непосредственной близости от данных объектов [12].

Стимулом для развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации могут стать принятые в 2006 году изменения в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», предусматривающие выделение особых экономических зон туристско-рекреационного типа.

1.3 Направления развития сферы туризма в России

Значение туризма в мире постоянно растет, что связано с возросшим влиянием этой сферы на экономику. Туризм является существенным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу. Кроме этого туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства. Ресурсные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры увеличить прием иностранных туристов в несколько раз.

В стране в настоящее время в целом постепенно формируется реалистичный подход к туризму и понимание его как сферы экономики, обладающей значительными выгодами для социально-экономического развития регионов России [9].

Проведенный в предыдущих разделах анализ современного состояния развития туризма в мире и состояния сферы туризма в Российской Федерации, в том числе мер, предпринятых Ростуризмом по его развитию, позволяют оценить конкурентные преимущества и недостатки России как туристского направления среди основных принимающих рынков. К конкурентным преимуществам следует отнести прежде всего богатейшее культурно-историческое и природное наследие нашей страны в сочетании с фактором неизведанности, что представляет собой особый интерес для искушенных иностранных туристов Появление в последние годы новых туристских продуктов в регионах Севера, Урала и Сибири усиливает конкурентные преимущества России. Тенденции развития туризма в мире показывают, что по мере того как мир станет более изученным, и будет появляться все меньше новых туристских центров, усилится тенденция к путешествиям в более отдаленные, менее известные и малодоступные места.

Несомненными конкурентными преимуществами России являются политическая стабильность и повышение уровня безопасности в стране, рост доходов граждан на душу населения, стабильность национальной валюты.

Вместе с тем 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 мире имеется ряд примеров исключительно успешных в развитии туризма стран, обладающих природными или культурными ресурсами, относительно сравнимыми с Россией, но вместе с тем имеющих развитую качественную туристскую инфраструктуру. В качестве примера можно привести Китай и ряд других стран, таких как Австрия, Франция или Испания, ежегодно зарабатывающих только на международном туризме несколько десятков миллиардов долларов.

В большинстве своем туристские предпочтения как иностранных туристов, так и отечественных, связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться предпочтительными при выборе туристских поездок. Общей тенденцией является поляризация туристских предпочтений, с одной стороны, характеризующаяся укреплением позиций массового туризма в развитых туристских странах, а с другой, увеличением спроса на индивидуальный или специализированный туристский продукт [11].

К конкурентным слабостям можно отнести такие до сих пор сохраняющиеся и сдерживающие развитие въездного и внутреннего туризма факторы, как:

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса c современным уровнем комфорта;

- высокая стоимость проживания в гостиницах, питания, транспорта и иных услуг, предлагаемых туристам, существенно превышающая среднеевропейский уровень;

- препятствия для привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру, состоящие в отсутствии готовых инвестиционных площадок, наличия административных барьеров, невыгодных условий земельной аренды;

- в целом сохраняющийся дефицит квалифицированных кадров, что определяет невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии, несмотря на некоторое изменение ситуации к лучшему за последние 2-3 года;

- сохранение негативных стереотипов восприятия образа России, создаваемого отдельными зарубежными средствами массовой информации и вместе с тем недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны как на зарубежных направляющих рынках, так и внутри страны, что затрудняет деятельность по целенаправленному формированию позитивного имиджа России как страны, благоприятной для туризма, что связано с ограниченным бюджетным финансированием

- остаются нерешенными вопросы упрощения порядка выдачи российских виз туристам из таких миграционно безопасных иностранных государств как страны Европы, Япония, Республика Корея, Австралия, Швейцария, Канада и др. Сохраняются дополнительные сборы за срочность оформления визы, что вызывает обоснованное недовольство и ведет к уменьшению въездного туристского потока.

Таким образом, системная проблема состоит в том, что при сохранении сложившегося уровня конкурентоспособности России на мировом туристском рынке возможности развития отечественного туристского рынка будут недостаточными для повышения уровня жизни и увеличения занятости населения, удовлетворения растущего спроса на качественные туристские услуги.

Анализ конкурентных преимуществ и слабостей Российской Федерации на рынке въездного и внутреннего туризма, приведенный в Приложении 1, показывает на необходимость активных действий, прежде всего со стороны государства, направленных на создание условий для устойчивого развития туризма в России.

На основании изложенного целью развития туризма в Poccийcкoй Фeдepaции является формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости и уровня доходов населения [13].

Для достижения сформулированной цели необходимо обеспечение стимулов для успешного развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации как одного из элементов экономического роста, укрепления международного авторитета страны и повышения качества жизни населения посредством решения следующих задач:

- совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма;

- развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений и др.);

- создание новых приоритетных туристских центров;

- рекламно-информационное имиджевое продвижение России как страны, благоприятной для туризма, на мировом и внутреннем туристских рынках;

- повышение качества туристских и сопутствующих услуг;

- совершенствование визовой политики, в том числе в направлении упрощения условий въезда в нашу страну туристов из стран, безопасных в миграционном отношении;

- обеспечение условий для личной безопасности туристов.

Глава 2. Продвижение России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках

Для формирования конкурентоспособного туристского рынка усилий по развитию только инфраструктуры недостаточно. Необходима эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках и носящая агрессивный характер, что позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей всей экономики России.

Одним из главных законов рекламы являются значительный объем, регулярность и продолжительность воздействия. Рекламная кампания начинает приносить экономический эффект с определенного минимального порога.

С этой целью необходима имиджевая рекламно-информационная кампания в СМИ как в России, так и за рубежом, участие в крупнейших международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей России.

Для повышения конкурентоспособности российского туристского продукта и создания благоприятного имиджа страны необходима организация выпуска рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках основных направляющих рынков.

Многое из этого уже осуществляется. Вместе с тем при существующем в настоящее время бюджетном финансировании деятельность по продвижению российского национального турпродукта может лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока [14].

Большинство государств мира, осознавая важность туризма для своих экономик, вкладывают значительные средства в продвижение национального туристского продукта с учетом специфики основных направляющих и принимающих рынков.

Широкая рекламная кампания туристских возможностей страны способствует росту количества иностранных и отечественных туристов, а, следовательно, и росту поступлений в экономику страны.

Данные ЮНВТО показывают, что для дополнительного привлечения одного иностранного туриста, обеспечивающего поступление в экономику страны в среднем 1000 евро, государства затрачивают от 3 до 10 евро на некоммерческую рекламу туристского продукта. В соответствии с этим средний объем бюджетных средств, выделяемый в европейских странах на продвижение туристского продукта, составляет 31,7 млн.евро.

К сожалению, при действующем в настоящее время бюджетном финансировании, которое составляет 0,69 евро на привлечение одного иностранного туриста, меры по продвижению российского национального турпродукта могут лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока [13].

Только широкая имиджевая некоммерческая рекламная кампания туристических возможностей страны, сосредоточенная на ключевых направляющих внешних и внутренних туристских рынках и носящая стабильный характер, позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей всей туристской сферы России. Данные по странам- мировым лидерам по объемам потребительских расходов в сфере международного туризма приведены в Приложении 9. Особое внимание необходимо уделить всестороннему продвижению российского туризма в странах СНГ, способствовать не только возрождению традиционных туристских маршрутов, но и представлению новых туристических продуктов.

Проводниками активного продвижения туристского продукта на основных направляющих рынках за рубежом могут и должны стать представительства Российской Федерации по туризму за рубежом, которые должны обеспечивать связь с туриндустрией этих рынков, со средствами массовой информации, другими участниками туристского процесса. Ранее планировалось, что эту работу возьмут на себя Торговые представительства Российской Федерации за рубежом. К сожалению, этого не произошло. Эффективность подобных мер не вызывает сомнений, только в Российской Федерации в настоящее время действует более 40 иностранных представительств по туризму.

Таким образом, задача государства состоит в продвижении российского туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Частный бизнес не может проводить некоммерческую имиджевую рекламную кампанию всей страны, так как продвигает и продает только свой собственный продукт, а создание образа России как страны, благоприятной для туризма, является исключительно государственной задачей. Это подтверждает мировая практика [15].

На необходимость реализации этой задачи указывается в Федеральном законе от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Механизмами продвижения России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках являются следующие виды деятельности, реализуемые государством и ориентированные как на потребителей, так и на туристскую индустрию. К ним следует отнести:

- участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым российским национальным стендом с привлечением органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

- поддержка и консолидация профильной выставочной деятельности в Российской Федерации с целью создания на отечественном туристском рынке одной из крупнейших мировых туристических выставок

- некоммерческое рекламное продвижение российского туристского продукта на направляющих зарубежных и внутреннем с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа России;

- подготовка некоммерческой рекламно-информационной печатной и иной продукции для распространения ее на крупнейших международных туристических выставках и через российские загранпредставительства, в том числе через представительства, создаваемые при федеральном органе исполнительной власти в сфере туризма;

- распространение информации о России как о привлекательном туристском направлении в глобальной сети Интернет;

- проведение иных акций, например, информационная поддержка фестивалей и событийных мероприятий, проводимых в стране, презентации новых российских туристских направлений за рубежом, организация инфо-туров для зарубежных и отечественных СМИ, проведение крупных международных конференций, симпозиумов, конгрессов и других мероприятий на базе двустороннего и многостороннего международного сотрудничества, а также сотрудничества с крупнейшими межправительственными организациями [14].

Опыт реализации государственных рекламно-информационных стратегий указывает на необходимость диверсификации туристского продукта: наряду с традиционным туристским предложением следует обеспечить показ новых туристских продуктов, распространение более широкой информации о национальных традициях, промыслах и ремеслах, новых музеях и экспозициях, событийных мероприятиях и туристских услугах.

Все это требует разработки долгосрочной информационной кампании, направленной на формирование позитивного образа страны в целях содействия развитию въездного и внутреннего туризма.

2.1 Исследование Поволжской туристской зоны

Поволжская туристская зона — меридианально протяженный район, неоднородный в природном и хозяйственном отношениях, объединенный водной системой Волги и ее притоков. Он занимает выгодное географическое положение в непосредственной близости от районов, генерирующих туристские потоки — двух российских столиц, а также Урала и имеет хорошую транспортную доступность, располагаясь на пересечении важнейших железнодорожных, водных и автомобильных магистралей; открыто регулярное воздушное сообщение, что способствует развитию туризма.

Туристская специализация зоны — познавательно-оздоровительная. Расположенные на Волге административные центры одновременно являются наиболее значимыми объектами познавательного туризма — Кострома (Ипатьевский монастырь XIV в.), Нижний Новгород (Нижегородский кремль), Казань (музей-заповедник «Казанский кремль»), Ульяновск (мемориально-музейный комплекс «Родина В.И. Электроды для сварки смотреть. Сварка, электроды, сварочные выпрямители. Ленина»), Волгоград (музей-панорама «Сталинградская битва», памятник-ансамбль «Мамаев Курган») и др. Интересны для туристов в Поволжье места, связанные с именами A.M. Горького, В.И. Чапаева, И.И. На веб-представительстве этой компании: изготовление гранитных памятников, по 6863 - тут Левитана, А.Д. Сахарова и других выдающихся личностей.

Поволжская туристская зона является основным районом речного круизного туризма в стране. Есть возможности для организации стационарного отдыха на воде. Развлечения в Сафаге.

Активно развивается здесь и деловой туризм. Перспективны экологический туризм на особо охраняемых природных территориях, рыбалка и охота, горнолыжный туризм в районе Самары—Тольятти, событийный туризм, основанный на мероприятиях культурной и спортивной жизни, спортивный и приключенческий туризм, прежде всего водный: сплавы по рекам Сура, Хопер, Дон и др. Также развивается и лечебный туризм: бальнеогрязевой курорт «Эльтон» (Волгоградская область), бальнеологический курорт «Ундоры» (Ульяновская область) и др. Среди местного населения популярен неорганизованный отдых на природе. аренда спецтехники цена.

Поволжская туристская зона слабо вовлечена в туристский оборот. Отмечается дисбаланс в структуре туристских поездок: преобладание выездных турпотоков над въездными и внутренними. Во въездном туризме доминируют внутризональные туристские потоки из сопредельных регионов, Москвы, северных городов. Среди приезжающих в Поволжье велика доля деловых туристов — иногородних и иностранных специалистов, работающих по контракту на крупных предприятиях региона, а также групп иногородних школьников. Мягкая мебель, каталог мебели.

Зона характеризуется средним уровнем развития туристской инфраструктуры. Отмечаются позитивные тенденции в секторе размещения туристов: ведется строительство новых пансионатов и загородных гостиничных комплексов (Самара, Тольятти и др.), реконструкция и переоборудование санаториев и гостиниц, возводятся небольшие частные гостиницы. На основе франчайзинга в регион пришли международные гостиничные цепи. Большая часть турфирм сконцентрирована в Нижегородской области, Республике Татарстан, Самарской, Саратовской и Волгоградской областях.

Приняты и реализуются Закон Астраханской области «О туристской деятельности на территории Астраханской области», Закон Чувашской Республики «О туризме», областные программы развития туризма в Волгоградской и Саратовской областях, концепция развития физической культуры, спорта и туризма в Республике Татарстан и др. Создана межрегиональная туристская организация «Большая Волга» для продвижения на рынке путешествий Поволжья как туристского направления.

2.2 Развитие туризма в Поволжье

Учитывая неравномерность распределения туристского потенциала на территории страны, а также различный уровень 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.

По уровню состояния материальной базы туризма территория РФ 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.

Исходя из данного деления Поволжье относится к регионам со средним уровнем развития материальной базы туризма.

В 2008 году в городе Ульяновске было подписано соглашение о сотрудничестве восьми регионов ПФО в сфере развития туризма. Самарская область в числе первых вошла в состав участников соглашения. Расширение круга регионов должно увеличить туристический поток в губернию, а также способствовать появлению дополнительных туристических маршрутов.

Соглашение о сотрудничестве в сфере туризма между Ульяновской и Самарской областями, а также Республикой Татарстан было подписано еще в 2008 году. Цель соглашения - повышение конкурентоспособности туризма Среднего Поволжья. В 2009 году к соглашению присоединилась Республика Чувашия. Подписанный документ стал единственным в России примером объединения субъектов Российской Федерации для создания и продвижения межрегионального туристического продукта.

В рамках всероссийского совещания "Межрегиональное сотрудничество в сфере туризма" в Ульяновске к четырехстороннему соглашению присоединились Нижегородская, Пензенская и Саратовская области и Республика Марий Эл. В число основных задач участников соглашения входит создание эффективной системы взаимодействия, интеграция правовых, административно-хозяйственных, финансовых, материально-технических и иных ресурсов в процессе развития внутреннего туризма, а также повышение качества процесса продвижения туристических продуктов.

"Сотрудничество регионов в сфере туризма позволит создать благоприятные условия для туристического бизнеса, - говорит начальник отдела туризма, инфраструктуры малого и среднего бизнеса департамента развития предпринимательства правительства Ульяновской области Владислава Слепова. - Сюда также входит создание единого информационного поля, определенных стандартов обслуживания, продвижение общего бренда "Волга" на рынке, оказание методической и информационной помощи, сотрудничество в сфере подготовки кадров". Кроме того, по словам Слеповой, сейчас разрабатывается интернет-портал, который будет предоставлять информацию о туристических маршрутах регионов - участников соглашения.

Для области подписанное соглашение о сотрудничестве означает увеличение туристического потока за счет приезжих из соседних областей, а у жителей губернии появится возможность интересно отдохнуть, не выезжая за пределы России. По словам Слеповой, в перспективе - расширение охвата аудитории туристических программ вплоть до обмена школьными туристическими группами.

Как пояснил руководитель областного департамента развития туризма министерства спорта, туризма и молодежной политики Михаил Мальцев, за два года работы соглашения уже разработаны и действуют несколько туристических маршрутов. "Большой популярностью пользуются речные круизы в Казань, - рассказал Мальцев. - Также становится популярен тур в музей-заповедник Владимира Ленина в Ульяновске. Маршруты разрабатываются при поддержке федерального агентства по туризму".

В 2010 году по этим направлениям будут работать 19 круизных судов. В перспективе регионы - участники соглашения - будут разрабатывать программу развития единого туристического продукта - реки Волги. "Предполагается, что затраты на развитие инфраструктуры возьмут на себя федеральный и областной бюджеты, за счет средств частных инвесторов будут строиться объекты коммерческого использования", - рассказал Михаил Мальцев. По итогам совещания в Ульяновске был создан координационный совет, в который вошли по одному представителю от каждого региона.

Заключение

Выполнение основных направлений и задач развития туризма в России призвано обеспечить реализацию следующих общенациональных задач современного этапа экономического развития России:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста. Для этого за счет высоких темпов роста туристская индустрия (с учетом сопряженных областей) должна обеспечить свой вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития;

- повышение уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей нашей страны;

- повышение конкурентоспособности российской экономики путем повышения привлекательности нашей страны как туристского направления;

- обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации за счет увеличения доли туризма в региональном валовом продукте.

Гипотеза, сформулированная в ходе исследования, подтвердила, что туристская отрасль России имеет потенциал развития при устранении недостатков, присущих современному состоянию отрасли, а также при государственной поддержке и регулировании.

Как показало исследование туристской сферы Поволжья развитие внутреннего туризма в этом округе тормозят два основных фактора: изношенность туристической инфраструктуры и отсутствие современных гостиниц с большим номерным фондом.

По оценкам Федерального агентства по туризму РФ, поволжский регион занимает третье место в Российской Федерации по объему внутреннего туризма: в год субъекты ПФО посещают 2,5 млн человек, что составляет 10% всего объема этого вида туризма в России. Опираясь на имеющиеся историко-культурные и национальные особенности, а также наличие большого числа рекреационных зон, поволжские регионы стремятся привлечь в туристическую сферу инвесторов. Согласно реестру инвестпроектов туристических комплексов Ростуризма на 1 октября 2007 года в Костромской, Кировской и Самарской областях запланировано по три таких проекта, в Татарстане их насчитывается восемь, в Чувашии – один, в Пензенской области – шесть.

Еще одним слабым звеном поволжского туризма можно назвать неудовлетворительное состояние туристической инфраструктуры, высокую степень ее изношенности (60−80%). Развитие внутреннего туризма в той же Самарской области происходит за счет эксплуатации уже имеющихся туристских фондов, в то время как, например, в Республике Татарстан и Нижегородской области обновление и реконструкция имеющихся фондов дополняются внедрением новых объектов туристической инфраструктуры.

Фактором, тормозящим развитие внутреннего туризма, является и слабая государственная поддержка данного сегмента. Как целевой проект, государственная программа развития туризма в каждом из субъектов РФ должна учитывать специфику региона, объективно оценивать проблемы туристической отрасли и предлагать комплекс мероприятий, реализация которых позволит расти региональному турбизнесу. Отсутствие целевой программы приводит к несистемному развитию отрасли. Ярким примером тому стала богатая туристическими объектами Костромская область, где на долю приезжающих туристов приходится всего 5% рынка.

Список использованной литературы

1. Биржаков М.Б. Индустрия туризма, 6-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Невский фонд, изд. дом «Герда», 2006. – 448 с.

2. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков - СПб., 2006. – 237 с.

3. Дурович, А.П. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др. – Мн.: Новое знание, 2003. – 632 с.

4. Ефремова М.Е. Основы технологии туристского бизнеса: Учеб. пособие, - М.: Изд-во Ось 85, 2004 г. – 192 с.

5. Исмаев, Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учебно-практ. пособие / Д.К. Исмаев. – М. : МАТГР, 2005. – 144 с.

6. Каурова, А.Д. Организация сферы туризма: уч. пособ. / А.Д. Каурова. – СПб.: Изд. дом «Герда», 2007. – 320 с.

7. Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 320 с.

8. Кусков, А.С. Транспортное обеспечение в туризме [Текст] / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 368 с.

9. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме [Текст] : прак. издание / М. М. Маринин. – М. : Финансы и статистика., 2003. – 144 с.

10. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.; Сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2003. – 200 с.

11. Остроумов, О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность [Текст] : учеб.-метод. пособие / О.В. Остроумов ; под ред. Ю.С. Путрика. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 128 с.

12. Практика туристского бизнеса./ Под ред. Карповой Г.А.. – СПб. Изд-во «Торговый дом «Герда», 2000.Сенин, В.С. Организация международного туризма: Учебник / В.С. Сенин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400 с.

13. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : учебник / В.С. Сенин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.

14. Ушаков, Д.С. Технологии въездного туризма [Текст] : учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – М., Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 384 с.

15. Холловей, Дж. К. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. изд / Дж. К. Холловей, Н. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.

16.Александрова,А.Ю.Международныйтуриз:учебник/А.Ю.Александрова – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.

17. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.:/ Финансы и статистика, 2003.-304с.: ил.

18. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.; Сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2003. – 200 с.

19. Лаурова, А.Д. Организация туризма: уч. пособ. / А.Д. Лаурова. – СПб.: Изд. дом «Герда», 2006. – 280 с

20. Белкин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме [Текст] : прак. издание / М. М. Белкин. – М. : Финансы и статистика., 2005. – 184 с.

Приложение

Конкурентные преимущества и недостатки России на внутреннем и въездном туристских направлениях

|  |  |
| --- | --- |
| **Конкурентные преимущества** | **Конкурентные слабости** |
| Политическая стабильность | Высокая стоимость туристских услуг (проживание в гостиницах, питание, транспорт и др.) |
| Стабильность национальной валюты | Недостаточно развитая туристская инфраструктура, малое количество гостиниц туристского класса |
| Наличие богатейших культурных и природных ресурсов | Высокая стоимость и неразвитая сеть авиа- и железнодорожных перевозок внутри страны |
| Наличие новых туристских продуктов, удовлетворяющих потребность в путешествиях в более отдаленные, менее известные и малодоступные места | Наличие административных барьеров и невыгодных условий земельной аренды для привлечения инвестиций в региональную туристскую инфраструктуру |
| Рост доходов граждан на душу населения | Сохранение негативных стереотипов восприятия образа России, поддерживаемых отдельными зарубежными СМИ |
|  | Недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны на зарубежных направляющих и на внутреннем рынках |
|  | Недостаточно высокий уровень личной безопасности туристов |
|  | Несовершенная визовая политика в отношении государств, не представляющих миграционной опасности |
|  | Завышенные тарифы для иностранных туристов на услуги государственных музеев |
|  | Невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за дефицита квалифицированных кадров |
|  | Неудовлетворительное качество дорог для развития туризма с использованием автотранспорта |