СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………......3

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Понятие, сущность и виды туристических услуг…………………………..6

1.2. Классификация туристической деятельности……………………………..10

1.3. Государственное регулирование туристической деятельности…………..15

Глава 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2.1. Современное состояние рынка туристических услуг в России………….20

2.2. Анализ состояния туризма в Нижегородской области……………………33

2.3. Анализ деятельности отеля «Акватория»…………………………………45

Глава 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

3.1. Проблемы туристической отрасли России и мероприятия по их решению………………………………………………………………………….52

3.2. Стратегия развития туризма в Нижегородской области……….…………74

3.3. Проект совершенствования отеля «Акватория»…………………………..81

ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………….………….88

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ……………………….………….92

ПРИЛОЖЕНИЯ………………………………………………………………….94

**ВВЕДЕНИЕ**

*Актуальность темы исследования*. Термин «туризм» с давних времен используется во многих языках. Это слово произошло от выражения «великий тур» (Grand Tour) и первоначально означало ознакомительную поездку, которую совершали в 17-18 столетиях молодые дворяне. В 19 столетии такие поездки стали популярны среди других слоев населения. Целью поездок было знакомство туристов с чужими культурами. На протяжение столетий основное назначение туризма – это знакомство путешественников с другими странами, налаживание контактов и взаимопонимания с народами, их населяющими.

В развитых странах мира большая часть валового национального продукта (свыше 70 %) производится в отраслях обслуживания. Существенную долю поступлений обеспечивает туристский рынок. В странах ЕС поступления от туризма составляют порядка 5,5 % ВВП. Бюджеты Турции, Кипра, Египта более чем наполовину пополняются за счет туризма. Располагая богатым историко-культурным потенциалом, туристский рынок в России является неконкурентоспособным, его развитие происходит бессистемно. Он ориентирован в основном для людей с высоким уровнем дохода и на выездной туризм, который является дополнительным дестабилизирующим фактором экономики, так как стимулирует отток капитала за границу. Туризм имеет не только экономическое, но и огромное социально-политическое значение, что предъявляет дополнительные требования к его развитию. В сфере туристского рынка тесно переплетаются интересы культуры и здравоохранения, безопасности и международных отношений, экономики и экологии, занятости и образовательного уровня населения. Решение важной социально-экономической задачи – повышение уровня благосостояния и качества жизни российских граждан – во многом определяется состоянием рынка туристских услуг. Следовательно, исследование этого сектора национальной экономики представляется важной и перспективной задачей.

*Целью* данной работы является изучение современного состояния туристического рынка.

В соответствии с данной целевой установкой были сформулированы основные *задачи исследования*:

- изучение теоретических основ туристической деятельности;

- анализ состояния рынка туристических услуг в России и в Нижегородской области;

- исследовать стратегию развития туризма в России и в Нижегородской области.

*Объектом* исследования является современный туристический рынок России и Нижегородской области.

*Предмет* исследования – совокупность экономических отношений, возникающих в процессе функционирования российского и регионального рынка туризма.

*Теоретические и методологические основы* дипломной работы.

Конъюнктура туристического рынка всегда находится в центре внимания многочисленных зарубежных и российских исследователей, консалтинговых компаний и научных центров.

В последнее десятилетие уделяется большое внимание изучению проблем устойчивого экономического роста рынка туризма на уровне макропроцессов. Одновременно проводятся исследования на микроуровне, способствующие принятию эффективных корпоративных решений в сфере стратегического планирования деятельности туристических компаний, оптимизации и реструктуризации их деятельности.

Проведенное автором исследование базировалось на фундаментальных теоретических и научно-практических наработках в области проблем туристический отрасли, представленных в работах российских и зарубежных ученых − М. Б. Биржакова, А.Ю. Александровой, В.Г. Гуляева, Н.И.Волошина, М.В. Ефремовой, А.Д. Кауровой и д.р.

*Методология исследования*. В проведенном исследовании используются как общенаучные (системный подход, логический, статистический и сравнительный анализ) методы, так и методы диалектики общего и специфического, восхождения от абстрактного к конкретному, структурно-генетического анализа и синтеза, исторического подхода.

Количественный анализ проведен на основе экономико-статистических, математических и графических методов.

*Структура дипломной работы*. Дипломная работа состоит из трех глав.

В первой главе раскрыта сущность туристического рынка, проанализирована классификация туризма, исследован механизм государственного регулирования рынка туризма.

Во второй главе дана характеристика основных тенденций на российском рынке туризма, исследовано состояние туризма в Нижегородской области, охарактеризована деятельность отеля «Акватория».

В третьей главе изучены проблемы туристического рынка России, исследованы пути достижения положительных изменений на российском туристическом рынке, охарактеризованы пути совершенствования функционирования на рынке туризма Нижегородской области в целом и отеля «Акватория» в частности.

В работе 28 приложений, 8 таблиц, 14 рисунков.

Список литературы состоит из 26 источников.

**Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1.1. Понятие, сущность и виды туристических услуг**

Туризм по определению Международной академии туризма (Монте-Карло, Монако) представляет общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях и (или) для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или в профессионально-деловых целях без занятий оплачиваемой деятельностью вместе временного пребывания. [3]

Туризм представляет собой деятельность лиц, путешествующих или пребывающих в местах за пределами своего обычного проживания непрерывно в течение не более одного года в целях досуга либо в деловых и иных целях, не связанная с осуществлением какой-либо оплачиваемой деятельности в месте пребывания.

Таким образом, определение туризма базируется на следующих признаках: [5]

- туризм есть результат передвижения людей;

- туризм всегда включает два элемента: путешествие в пункт назначения и остановку там;

- путешествие означает выезд из страны (или региона), где турист постоянно проживает;

- путешествие являет собой временное движение туриста по туристскому маршруту.

Основными критериями туризма являются следующие [10]:

1. Изменение места, находящегося за пределами обычного местопребывания. Туризм является разновидностью путешествий и охватывает лиц, пребывающих в местах, находящихся за пределами их постоянного места жительства.

2. Перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени. По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2—3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6—7 дней), меньшую долю занимают 8—12-дневные поездки.

3. Пребывание в другом месте, при этом место пребывания не должно быть местом постоянного или длительного проживания. Оно не должно быть связано с трудовой деятельностью (оплатой труда). Этот нюанс следует учитывать, так как поведение человека, занятого трудовой деятельностью, отличается от поведения туриста и не может классифицироваться как занятие туризмом. Еще одним условием является и то, что путешественники не должны находиться в посещаемом ими месте 12 и более месяцев подряд. Лицо, находящееся или плани­рующее находиться более одного года в определенном месте, с точки зрения туризма считается постоянным жителем и поэтому не может называться туристом.

4. Выезд людей с места своего постоянного проживания в иную местность, страну в целях туризма. Перемещения в пределах местности постоянного проживания (на­пример, ежедневные поездки на работу) не могут быть отнесены к туризму.

5. Оплата труда из источника в посещаемом месте. Суть данного критерия состоит в том, что главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Любое лицо, въезжающее в ка­кую-либо страну для работы, оплачиваемой из источника в этой стране, считается мигрантом, а не туристом. Это относится не только к международному туризму, но и к туризму в пределах одной страны. Каждый человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны (или в другую страну) для осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в этом месте (или стране), не считается туристом этого места.

Анализ приведенных особенностей и критериев позволяет выделить признаки туризма:

* деловые поездки, а также путешествия с целью проведения свободного времени — это перемещение за пределы обычного места жительства и работы. Если же житель города передвигается по нему с целью совершения покупок, то он не является туристом, так как не покидает своего функционального места;
* туризм — это не только важная отрасль экономики, но и важная часть жизни людей. Он охватывает отношения человека с окружающей его внешней средой.

Следовательно, туризм — это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Кроме того, туризм — это туроператорская и турагентская деятельность туристских предприятий, а также иных организаторов и посредников (например, транспортных компаний).

По поручению ВТО в 1994 году ГАТТ вместе с Конференцией ООН по торговле и развитию составил отчет "Туристские услуги и GATS", в котором туристские услуги определены как продукт или продукция деятельности прибыльных и не прибыльных экономических единиц, предназначенные для конечных или промежуточных потребителей. В отличие от других видов деятельности туризм представляет не один специфический вид услуг, а их ассортимент, и его деятельность нацелена на конечных потребителей. [4]

Все виды потребляемых туристами продуктов (услуг) можно классифицировать следующим образом:

- Гостиницы и рестораны (включая обеспечение питанием);

- Услуги бюро путешествий и туристических агентств;

- Услуги экскурсионных бюро и прочие.

В документах о статистике туризма приводится следующий перечень типичных туристских продуктов:

1). Услуги по размещению: услуги гостиниц и прочих средств размещения; услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно.

2). Услуги предприятий общественного питания.

3). Услуги пассажирского транспорта: междугородные перевозки железнодорожным транспортом; перевозки дорожным транспортом; перевозки водным транспортом; перевозки воздушным транспортом; вспомогательные услуги, относящиеся к пассажирскому транспорту; сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования; техническое обслуживание и текущий ремонт пассажирского транспортного оборудования.

4). Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов: услуги туристических агентств; услуги туроператоров; информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов.

5). Услуги в области культуры: исполнительское искусство; деятельность музеев и прочие услуги в области культуры.

6). Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений: спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта; прочие услуги в области развлечений и отдыха.

7). Различные туристские услуги: финансовые услуги и страхование; прочие услуги по сдаче в аренду товаров; прочие туристские услуги.

**1.2. Классификация туристической деятельности**

Обычно туризм подразделяют на два вида: [12]

1. рекреационный туризм — классический вид туризма, включающий в себя:

- «оздоровительный» («пляжный», «отпускной»);

- познавательный (экскурсионный);

- спортивный туризм.

2. деловой туризм:

- астрономический туризм;

- бизнес-туризм;

- конгресс-туризм;

- шопинг-туризм;

- экстремальный туризм;

- индустриальный туризм;

- археологический туризм;

- гастрономический туризм;

- военный туризм;

- джайлоо-туризм - иждивение в первоначальном племени со всеми привлекательностями кочевого быта.

Каждый из этих видов туризма может подразделяться на более специализированные подвиды:

Спортивный туризм:

- на средствах передвижения - раздел, включающий в себя велосипедные, конные и авто-мотопутешествия;

- лыжный туризм - передвижение на маршруте производится в основном на лыжах;

- пешеходный туризм - передвижение на маршруте производится в основном пешком;

- водный туризм - сплав по рекам в зависимости от категории, реки как правило горные;

- парусный туризм - путешествия на судах под парусом по морю или акваториям больших озер;

- горный туризм (альпинизм) - пешие походы в условиях высокогорья;

- спелеотуризм - путешествия по естественным подземным полостям (пещерам) и преодолением в них различных препятствий (сифоны, колодцы) с использованием различного специального снаряжения (акваланги, карабины, верёвки, крючья, индивидуальные страховочные системы и пр.).;

- комбинированный туризм - путешествия, сочетающие в себе элементы различных видов туризма.

Экстремальный туризм. Существует много видов экстремального туризма:

- горный туризм - передвижении группы людей по определённому маршруту, проложенному в горной местности в условиях высокогорья. (альпинизм);

- дайвинг - подводное плавание со специальным снаряжением. ;

- индустриальный туризм - исследование территорий, зданий и инженерных сооружений производственного или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения психического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса. (например, диггерство, спелеотуризм);

- водный туризм заключается в преодолении маршрута по водной поверхности. Различают несколько видов водного туризма: сплав по рекам, рафтинг, парусный туризм, морской каякинг.

- пешеходный туризм - пешее преодоление группой маршрута по слабопересечённой местности. Категория сложности маршрута определяется по наличию локальных препятствий и географического показателя района ;

- автостоп - бесплатное передвижение на попутных машинах;

- легкоходство - направление в туризме отличительной чертой которого, является максимальное снижение веса снаряжения, без угрозы безопасности.

По способу передвижения:

- пешеходный туризм;

- водный туризм (сплав по рекам, рафтинг, морской каякинг, парусный туризм);

- велотуризм;

- автомобильный;

- конный туризм;

- лыжный туризм;

- мотоциклетный туризм;

- пешеходный туризм;

- космический туризм.

По способу экипировки:

- легкоходство;

- бэкпэкинг — путешествия, совершаемые туристом (бэкпэкером) за небольшие деньги, чаще всего принципиально отказываясь от услуг туроператоров.

По цели [11]:

- религиозный (паломничество);

- приключенческий;

- спортивный;

- агротуризм - предполагает временное проживание туристов в сельской местности с целью отдыха. ;

- экотуризм - природо-ориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости;

- фототуризм - перспективный и творческий вид туризма, который может каждого сделать и закаленным человеком, и грамотным фотографом;

- сафари - экспедиция, целью которой является знакомство с животными в их природной среде обитания, возможность поближе познакомиться с дикой и нетронутой природой. ;

- благотворительный;

- медицинский (оздоровительный туризм, туризм с целью родов — Fertility tourism);

- гастрономический туризм (алкотуризм);

- познавательный или экскурсионный (образовательный туризм, ностальгический туризм;

- культурный (книжный туризм, музыкальный туризм, Толкин туризм - организованные поездки поклонников вселенной книги и кинотрилогии «Властелин колец» по местам, связанным с событиями произведения). [14]

По ландшафтному и географическому признаку:

- спелеотуризм - разновидность спортивного туризма, смысл заключается в путешествиях по естественным подземным полостям (пещерам) и преодолением в них различных препятствий (сифоны, колодцы) с использованием различного специального снаряжения);

- горный туризм;

- сельский туризм;

- лесной туризм.

По количеству участников:

- групповой туризм;

- самостоятельный туризм.

По возрастно-социальному признаку [7]:

- детский туризм;

- юношеский туризм;

- взрослый туризм;

- семейный туризм;

- туризм для людей с ограниченными возможностями.

По другим признакам:

В федеральном законе «Об основах туристической деятельности в РФ» от 24 ноября 1996 года даются определения некоторых видов туризма:

- туризм внутренний - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

- туризм выездной - туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

- туризм въездной - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

- туризм международный - туризм выездной или въездной;

- туризм социальный - туризм, полностью или частично осуществляемый за счёт бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

- туризм самодеятельный - туризм, организуемый туристами самостоятельно.

**1.3. Государственное регулирование туристической деятельности**

В соответствии с ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (24.11.96 г. №132-ФЗ) основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

- охрана окружающей природной среды;

- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;

- развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия. [6]

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма. [13]

Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путем:

- создания нормативных правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии;

- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;

- защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности;

- лицензирования, стандартизации в туристской индустрии, сертификации туристского продукта;

- установления правил въезда в Российскую Федерацию, выезда из Российской Федерации и пребывания на территории Российской Федерации с учетом интересов развития туризма;

- создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;

- прямых бюджетных ассигнований на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма;

- налогового и таможенного регулирования;

- предоставления льготных кредитов, установления налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории Российской Федерации и привлекающим иностранных граждан для занятия туризмом на территории Российской Федерации;

- содействия кадровому обеспечению туристской деятельности;

- развития научных исследований в сфере туристской индустрии;

- содействия участию российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений в международных туристских программах;

- обеспечения картографической продукцией;

- иными способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Координацию туристской деятельности в Российской Федерации осуществляет федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма. [8]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Государственные органы  по регулированию туризма в России | | | |
| ↓ | | |
| Координационный комитет  по физической культуре, спорту и туризму  при Президенте РФ | | | |
| ↓ |  | ↓ |
| Государственный комитет РФ по физической культуре и туризму (ГКФТ РФ) | Национальная  туристическая  корпорация | |
| ↓ |  |
| Отделы туризма при администрациях регионов |  |

Схема 1. Органы государственного регулирования туризма в России

Координационный комитет по физической культуре, спорту и туризму должен обеспечивать:

- создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;разработку основ государственной политики в сфере туризма;

- создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;координацию работ по экспертизе правовых актов и федеральных программ в сфере туризма;

- создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;анализ состояния национального туризма и выработку предложений по его развитию.

Решения Координационного комитета носят рекомендательный характер.

В соответствии с Указом Президента России "О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации" создана финансово-промышленная группа - Национальная туристическая корпорация, одной из функций которой является реализация целевой программы "Развитие туризма в Российской Федерации".

Корпорации оказывается всяческая государственная поддержка, включая передачу в ее управление находящихся в федеральной собственности долей и паев в активах организаций - участников корпорации и наделение коммерческого банка развития иностранного туризма "Интурбанк" полномочиями по финансовому обслуживанию федеральной целевой программы "Развитие туризма в Российской Федерации".

Корпорация будет освобождена от обязательной продажи 50% валютной выручки на три года с даты регистрации, при условии направления средств на развитие производственной и хозяйственной базы туризма.

Государственный комитет РФ по физической культуре и туризму до недавнего времени являлся федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим государственное управление и межотраслевую координацию в сфере туризма. В настоящее время комитет ожидает структурная реорганизация.

В мае-июне 1999 г. Президентом РФ подписаны 2 указа: первый о преобразовании ГКФТ РФ в агентство, второй - в министерство (без руля и ветрил.//Туринфо. - 1999. - №14. -с.1). Положение о Министерстве по физической культуре, спорту и туризму находится в стадии утверждения, поэтому сейчас о его функциях говорить преждевременно.

ГКФТ России проводил следующие виды работ создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию:

- методическое обеспечение туристской деятельности в РФ (ГКФТ РФ разработал законопроект "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации", Положение о лицензировании международной туристической деятельности в РФ, типовую туристскую путевку и т.д.);

- организацию и руководство системой лицензирования турфирм;

- руководство и координацию работ по сертификации туристских услуг (ГКФТ РФ является Центральным органом по сертификации туристских услуг и услуг гостиниц);

- контроль и надзор за деятельностью турфирм;

- статистику и учет туристских ресурсов;

- обучение и повышение квалификации в сфере туризма;

- международные связи в сфере туризма.

На уровне субъектов федераций руководство и координацию туристских работ выполняют комитеты (отделы) по туризму в составе администраций региона.

**Глава 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**2.1. Современное состояние рынка туристических услуг в России**

Сегмент пляжного отдыха является наиболее значительным и составляет по количеству туристов 55-60% всего рынка.

По стоимости тура выделяют отдых:

«Дешевый». Стоимость путевки до $1000. Целевая аудитория – люди с доходом от $300 до $800 на члена семьи.

«Дорогой». Стоимость путевки свыше $1000. Целевая аудитория – люди с доходом свыше $1000.

По оценкам специалистов, сегмент дорогого отдыха занимает примерно 20% российского туристического рынка по количеству туристов и составляет 35% общей финансовой емкости рынка (см. рис.1). [16]

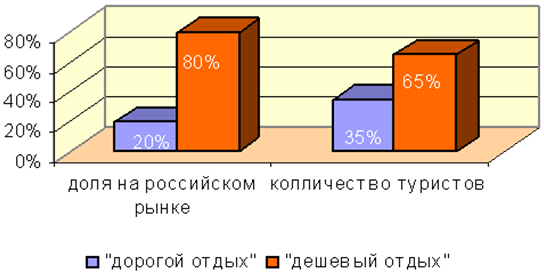


Рис. 1. Доля сегмента дорогого и дешевого отдыха на российском рынке туристических услуг

Российские туроператоры подразделяются на две основные разновидности:

- Крупные операторы, которые продают турпакеты только через сеть уполномоченных агентств и не занимаются розничной продажей;

- Средние и малые операторы, которые не только производят, но и продают турпакеты в розницу.

Туристические агентства также делятся на две основных категории, но по другому признаку:

- независимые туристические агентства (70% от общего количества турфирм);

- сетевые туристические агентства - точки продаж, объединенные общим брендом, рекламно-маркетинговой политикой, технологией работы и др. (см. рис. 2). [16]

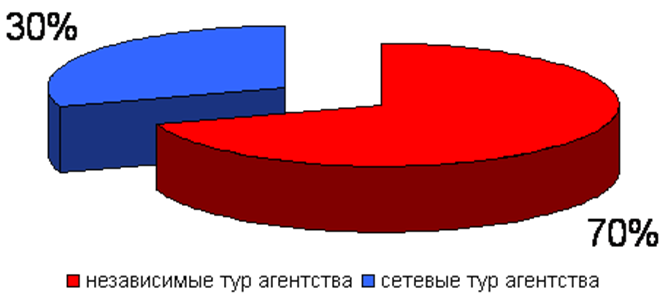


Рис. 2. Доля независимых и сетевых тур агентств на российском рынке туристических услуг

Сегодня на рынке туристических услуг наблюдается тенденция сокращения количества независимых туристических агентств. Стремительно увеличивается доля рынка, принадлежащая туристическим сетям. Сетевые туристические агентства обладают преимуществом перед независимыми туристическими агентствами.

Основными из них являются:

- единая торговая марка (брэнд);

- единая маркетинговая политика;

- передовая технология в туризме;

- общая рекламная политика;

- консолидированная закупочная и ценовая политика;

- единое информационное пространство;

- уникальная идея.

Франчайзинговые сети – это наиболее цивилизованная форма работы туристических агентств. На российском розничном туристическом рынке доля таких сетей имеет тенденцию к росту. Такая модель развития туристического бизнеса доказала свою состоятельность и большой потенциал.

Рассмотрим динамику выезда туристов из России. Статистические данные представлены в Приложениях 1 – 16 [26].

Общее количество российских граждан, выехавших в 2010 году за границу с целью туризма увеличилось на 32,1% по отношению к 2009 году , а также возросло на 11,4% по отношению к докризисному 2008 году, достигнув показателя 12 млн. 605 тыс. человек. Показатель 2009 года перекрыт более чем на 3 млн.человек, а результат 2008 года почти на 1,3 млн. туристов. Интересно отметить то факт, что в число первых тридцати самых популярных направлений российского выездного туризма попали страны, сумевшие преодолеть 50 –ти тысячный рубеж по количеству туристов. Такое произошло впервые в истории российского выездного туризма.

Все страны, из лидирующих ТОР-30 направлений выездного туризма россиян, за исключением Украины, показали положительную динамику роста по отношению к 2009 году. 25 стран из тридцати показали положительную динамику роста в 2010 году и по отношению к 2008 году. Исключение, помимо вышеупомянутой Украины здесь составили Китай, Франция, Хорватия и Литва.

Безусловным лидером по динамике прироста в 2010 году из стран первой тридцатки стоит Таиланд, который удвоил свой показатель по отношению к 2009 году в два раза и доведя количество российских туристов до 465 тыс. человек. На втором месте по приросту туристов стоит Доминиканская Республика +70% и почти 67 тысяч российских туристов за 2010 год. Дополнительно отметим, что на протяжении последних восьми лет Доминиканская Республика является самым рекордным по приросту туристов направлением: 2003 год +72%, 2004 год +36%, 2005 год + 66%, 2006 год +32%, 2007 год +90%, 2008 год +143%, 2009 год +29%.

Впервые в российской истории в число ТОР-30, преодолев 50-ти тысячный рубеж попал Вьетнам, показавший третий результат по динамике прироста с показателем 68% и почти 52 тыс.российских туристов за 2010 год. Заметим также, что Вьетнам стоит на втором месте после Доминиканской Республики по динамике прироста туристов за последние восемь лет.

Если проанализировать доли туристов по различным странам в общем выездном потоке из России в 2010 году и сравнить их с показателями 2009 года, то окажется, что Таиланд в 2010 году сумел дополнительно привлечь 1,3% выездного потока российских туристов, на втором месте по этому параметру стоит Китай, который увеличил свою долю почти на 1% и на третьем месте идет Египет, чья доля возросла более чем на половину процента. Одновременно с этим, почти на 2% сократилась доля туристов, которые выбирали для путешествий Турцию.

Египет впервые в российской истории сумел преодолеть планку в 2 млн. туристов, которую до него в 2008 году преодолела Турция. Таким образом Египет стал второй страной, которая преодолела этот рубеж.

Изучая статистические данные выезда российских туристов на протяжении последних восьми лет, можно было бы сделать весьма закономерный вывод о том, что общая весовая доля туристов, посещающих Египет и Китай, неизменно растёт, достигнув в 2009 году практически 40% рубежа, а доля посещений россиян в другие страны – уменьшается. Однако 2010 год стал исключением из этого правила: доля туристов путешествующих в две самые популярные страны в 2010 году (36,2%) сократилась на 1,3% по сравнению с 2009 годом (37,5%).

В целом, первая пятёрка самых популярных у российских туристов стран в 2010 сохранила свои рейтинговые позиции по сравнению с 2009 годом. Лидирует Турцию с весовой долей 18,8% (или 2 млн.368 тыс. туристов), на втором месте Египет с долей 17,4% (или 2 млн.198 тыс. туристов), на третьем месте Китай с долей 11,4% (или 1 млн.440 тыс. туристов), на четвёртом месте Финляндия с долей 5,6% (или 709 тыс. туристов) и замыкает пятёрку самых популярных стран Германия с долей 3,7% (или 471 тыс. туристов). Общая доля лидирующей пятёрки составила в 2010 году 57%.

По данным РОССТАТА и информации Пограничной службы ФСБ России общее количество российских граждан, выехавших в первом полугодии 2011 года за границу с целью туризма увеличилось на 11,8% по отношению к первому полугодию 2010 года и на 23,5% по отношению к первому полугодию предкризисного 2008 года и составило 6 млн. 70 тыс.человек, против 5млн. 429 тыс.человек в перовом полугодии 2010 года.Таким образом, в абсолютном выражении увеличение выездного потока российских туристов составило в первом полугодии 2011 года 641 тыс.человек.

Напомним здесь, что по итогам первого полугодия 2011 года суммарный прирост количества пассажиров на международных рейсах российских авиакомпаний оказался на уровне 6,1%.

26 из ТО-30 стран, приведённыхв анализе отдельными строками, показали положительную динамику по отношению к первому полугодию 2010 года. Причём, наибольшая положительная динамика прироста наблюдается у Кубы (106%), Швеции (92%) и Таиланда (87%), Норвегии и Греции (76%). Отрицательную динамику из первых ТОР-30 стран показали лишь четыре туристических направления: Египет (-57%), Литва (-53%) ,Тунис (-40%) и Корея (-5%).

По итогам первого полугодия 2011 года Турция сменила безоговорочного лидера по итогам полугодий последних двух Египет. На долю Турции пришлось 18,7% или почти 1 млн.133 тыс.российских туристов, что на 209 тыс.(или на 22,6%) туристов больше чем в прошлом году. Доля туристов посетивших Турцию возросла в первом полугодии на 1,7% по сравнению с прошлым годом.

Второе место по объёмам туристов занял Китай с долей 10,4%. Точно такой же долевой показатель наблюдался у Китая и в прошлом году. А вот количество туристов в Китай увеличилось более чем на 12% или в абсолютном выражении Китай посетили на 68 тыс.человек больше чем в прошлом году. На третье место после известных февральских событий опустился Египет, доля которого уменьшилась на 13% и опустилась до уровня 8%. В абсолютном выражении Египет посетили на 652 тысячи туристов (или на 57%) меньше чем в первом полугодии прошлого года. В свою очередь часть египетских туристов оттянул на свою сторону Таиланд, занявший место вслед за Египтом с долей 6,9%. Долевой показатель Таиланда увеличился на 2,8%!!! Это максимальное изменение долевого показателя среди всех стран. Таким образом по итогам первого полугодия, можно с уверенностью сказать, что тайское направление больше чем какие-либо другие страны восполнило долю египетских туристов. Вабсолютном выражении поток российских туристов в Таиланд возрос на 96 тыс.человек (или на 87%).

Более чем на треть по итогам первого полугодия увеличилось количество российских туристов в Финляндию.За первые шесть месяцев 2011 года эту страну с целью туризма посетили более 416 тыс. человек, что на 106 тыс. человек больше показателя первого полугодия 2010 года. Весовая доля Финляндии составила в первом полугодии 2011 года 6,9%, что на 1,2% больше чем в аналогичном периоде 2010 года. Заметим, что на протяжении последних шести лет долевой показатель россиян в Финляндию по итогам первого полугодия неизменно сокращался с 9,5% в 2006 году до 5,6% в 2010 году. Поэтому 2011 год можно смело занести в актив страны Соуми.

Шестое место по итогам первого полугодия 2011 года сохранила Германия, увеличившая въездной потокроссиян более чем наполовину (52%). В абсолютном выражении эту страну с целью туризма посетили более 324 тыс.человек, что более чем на 100 тысяч больше чем в первом полугодии 2010 года. Весовая доля Германии составила в 2011 году 5,3%, что на 1,4% больше долевого показателя 2010 года.

Более чем на треть, или в абсолютном выражении почти на 70 тысяч увеличилось количество российских туристов путешествующих в Италию. По итогам первого полугодия Италию посетили более 262 тысяч россиян. Заметим, что такая динамика россиян на Апеннинский полуостров сохраняется в течение последних двух лет. Поэтому совсем неудивительно, что долевой показатель визитов в Италию возрос по сравнению с прошлым годом на 0,7% составив величину 4,3%.

Более чем наполовину или на 83 тыс.человек возрос поток российских туристов в Испанию. По сравнению с прошлым годом долевой показатель Испании возрос на 1% до уровня 3,9%.

Рекордные цифры по итогам первого полугодия 2011 года показала и Греция. Поток российских туристов в эту страну увеличился более чем на три четверти. Ничего подобного в истории российского туризма в Грецию не наблюдалось. Во многом на такой показатель повлияла жёсткая конкуренция в России среди крупных игроков греческого рынка, которая привела к летнему ценовому демпингу на рынке. Впервые по итогам полугодия весовая доля российских туристов в Грецию возросла до уровня 3,3%, что на 1,2% больше прошлогоднего показателя.

Продолжает стабильно, более чем на треть, в течение последних двух лет увеличиваться въездной поток россиян в ОАЭ.

По итогам первого полугодия 2011 года он составил 188 тыс. туристов, что на 48 тыс.человек больше чем в аналогичном периоде прошлого года. Весовая доля ОАЭ в общем потоке россиян в различные страны возросла по итогам полугодия на 0,5% до уровня 3,1%

Более чем на 37% возросло количество российских туристов, путешествующих в Чехию. Более значительная динамика в эту страну наблюдалась лишь 7 лет назад, когда поток российских туристов в Чехию возрос вдвое.

На фоне достаточно высокого прироста у других стран, совсем незначительной кажется 10% динамика российских туристов во Францию. По итогам полугодия эту страну посетили более 124 тыс.человек или в долевом выражении 2,5% от общего количества российских туристов. Однако напомним, что Франция практически не нуждается в дополнительной рекламе и как туристическое направление почти всегда было востребовано у россиян на протяжении последних лет.

Барьер в 100 тыс. туристов по итогам полугодия сумели впервые преодолеть Кипр, Болгария и Израиль. Причём все три страны стабильно показывают на протяжении последних двух лет динамику не менее 30% прироста.

Вплотную к 100 тысячной отметке подобралась по итогам полугодия Австрия с показателем 98 тыс. российских туристов и 43% динамикой прироста по отношению к прошлому году.

Отметим также, что по итогам полугодия почти на треть увеличился туристический поток в Великобританию до отметки 70 тыс.туристов и более чем на 40% в США до уровня 52 тыс.туристов.

В целом, несмотря на отсутствие туров в Египет в феврале и марте, можно сделать вывод, что российский рынок выездного туризма по итогам первого полугодия 2011 года показал положительный рост и сумел увеличить свои прошлогодние показатели почти на 12%. Однако делать оптимистические выводы о выздоровлении туристического рынка преждевременно. В большей части рост рынка происходит из-за избытка перевозки, а это в своюочередь влечёт за собой ценовые войны среди операторов и минимальную рентабельность.

Рассмотрим динамику въезда туристов в Россию. Данные представлены в Приложениях 17 – 27 [26].

По данным РОССТАТа и информации Пограничной службы ФСБ России общее количество иностранных граждан, въехавших по итогам 12 месяцев 2010 года в Россию с целью туризма увеличилось на 1,6% по сравнению с 2009 годом, но уменьшилось на 7% по сравнению с докризисным 2008 годом. В общем итоге въездной поток иностранцев в Россию с туристическими целями составил в 2010 году 2 млн.134 тыс.человек (против 2 млн. 101 тыс.человек в 2009 году и 2 млн. 295 тыс.человек в 2008 году). Напомним, что по итогам 12 месяцев 2009 года наблюдалось падение въездного потока иностранцем в Россию с целью туризма с динамикой минус 8,5%.

Лидером по количеству въехавших в Россию иностранных туристов по итогам 12 месяцев 2010 года остался немецкий рынок- 347,2 тыс. человек. Немцы увеличили свой поток по отношению к 2009 году на 4%, на 4,3% произошло увеличение и в сравнении с 2008 годом. Весовая доля Германии составила 16,3%, что на 0,4% больше чем в 2009 году и почти на 2% больше чем в 2008 году.

Второе место, как и год назад занял американский рынок с показателем 162,4 тыс. человек. Однако количество американских туристов сократилось на 11,4% как по отношению к 2009 году так и на 12,6% по отношению к 2008 году. Весовая доля туристов из США в общем потоке иностранцев, въехавших с туристической целью в Россию составила 7,6%, что на 1,1% меньше долевого показателя 2009 года. На третье место в 2010 году переместился китайский рынок, поднявшись на две рейтинговые позиции по сравнению с 2009 годом. Показатель китайских туристов составил 158,1 тыс.человек, что на 42 тыс. человек больше чем год назад. Весовая доля китайских туристов в общем въездном потоке в Россию составила 7,4%, что почти на 2% больше чем доля китайцев 2009 и 2008 годах. Отметим, что китайский рынок показал наибольшую динамику изменения въездного потока в Россию с показателем 36,4% среди стран первой десятки, образующих основной туристический поток в Россию.

Четвёртое место по итогам 2010 года сохранил за собой и финский рынок с весовой долей рынка 6,5%. Однако в отличие от китайцев, поток туристов из страны Соуми в Россию продолжает неуклонно снижаться: так по сравнению с 2003 и 2004 годом, когда Россию посещали более 240 тыс. туристов из Финляндии, в 2010 году поток финских туристов в Россию сократился более чем на 100 тыс. человек.

Сократилось в 2010 году и количество туристов из Великобритании (126,5 тыс.человек или 5,9% доли рынка), которые в 2010 году заняли пятое место в общем въездном туристическом потоке в Россию, опустившись на две позиции по сравнению с 2009 годом и пропустив вперёд китайский и финский рынки. Въездной поток туристов из страны Туманного Альбиона сократился более чем на 16%. Это худший результат по динамике из стран первой десятки.

Последней страной, сумевшей преодолеть 100 тыс. рубеж по итогам 12 месяцев 2010 года и замкнувшей шестёрку лидеров российского въездного туризма стал итальянский рынок с показателем 123 тыс.человек. Количество туристов с Апеннинского полуострова увеличилось на 8,3% в сравнении с 2009 годом, однако сократилось более чем на 14% в сравнении с 2008 годом. Весовая доля итальянских туристов, составившая в 2010 году 5,8% увеличилась на 0,4% в сравнении с 2009 годом, однако на столько же уменьшилась в сравнении с 2008 годом.

Вслед за шестёркой лидеров расположилась Франция (94,3 тыс.туристов и 4,4% доли рынка) и Испания (87,6 тыс. туристов и 4,1% доли рынка). Но если французский рынок по итогам 12 месяцев 2010 года показал, хоть и незначительную 0,1%, но положительную динамику , то испанский рынок продолжил своё динамичное падение, начавшееся в прошлом году. По итогам 12 месяцев этого года въездной поток испанских туристов в Россию сократился на 8,7% в сравнении с 2009 годом и на 17,9% в сравнении с 2008 годом.

Самую рекордную положительную динамику, из стран образующих основной туристический поток в Россию, с показателем 80% по сравнению с 2008 годом демонстрирует израильский рынок, что стало результатом подписанного соглашения между Россией и Израилем об упрощении визового режима в сентябре 2008 года. По итогам 12 месяцев 2010 года Россию посетили 58,7 тыс. туристов из Израиля, что на 26,4% больше чем в 2009 году. За последние два года израильтяне удвоили свой долевой показатель с 1,4% в 2008 году до 2,8% в 2010 году.

Более чем на 29% по сравнению с 2009 годом увеличила свой въездной туристический поток в Россию Турция, замкнувшая десятку лидеров с показателем 56,4 тыс. человек и долей в общем туристическом потоке иностранцев в Россию 2,6%.Этот результат, безусловно, станет хорошей отправной ступенькой для дальнейшего роста этого потока в свете подписанного 13 мая 2010 года соглашения между Россией и Турцией об отмене визового режима.

Обращает на себя внимание увеличение более чем на 20% по отношению к 2009 году туристического потока в Россию из Южной Кореи (42,6 тыс. человек). Более чем на 7% увеличился въездной поток туристов из Японии (42,2 тыс.человек). Почти на 10% по отношению к 2009 году вырос туристический поток из Голландии (34,9 тыс.человек)

В 2010 году продолжилась тенденция снижения, почти на 30% по отношению к 2009 году, потока туристов в Россию из Канады (31,5 тыс. человек). Более чем на 20% по отношению к 2009 году сократился въездной поток туристов из скандинавских стран, Норвегии (22,5 тыс.человек) и Швеции (22 тыс.человек). Более чем на 30% сократился въездной туристический поток в Россию из соседней Литвы (22,7 тыс. человек). Почти на четверть сократился въездной поток туристов из Греции (18,1 тыс. человек).

Рекордную положительную динамику роста въездного туристического потока в Россию продемонстрировал и по итогам 12 месяцев 2010 года Филиппины. Поток туристов из этой страны за год увеличился более чем в два раза (3,1 тыс. человек в 2010 году против 1,5 тыс. человек в 2009 году, что также стало результатом подписанного в декабре 2009 года между Россией и Филиппинами соглашения о воздушном сообщении.

По данным РОССТАТА и информации Пограничной службы ФСБ России, общее количество иностранных граждан, въехавших в первом квартале 2011 года в Россию с целью туризма, увеличилось на 5,3% по отношению к первому кварталу 2010 года, но уменьшилось на 20% по отношению к первому кварталу предкризисного 2008 года. В общем итоге оно составило 196,4 тыс.человек против 187 тыс.человек в первом квартале 2010.

Лидером по количеству въехавших в Россию иностранных туристов в первом квартале 2010 года стал китайский рынок- 23,5 тыс. человек. Китайцы увеличили свой поток по отношению к первому кварталу 2010 года более чем на наполовину, что дало им возможность обогнать лидера первого квартала 2010 года -Германию и довести долю присутствия на въездном туристическом рынке России до 12%.Это почти на 3% больше долевого показателя первого квартала 2010 года.

На второе место по количеству туристов, вслед за Китаем, опустился немецкий рынок с показателем 20 тыс. человек. Туристический поток немцев в Россию уменьшился почти на 20%по отношению к первому кварталу 2010 года .

На третье место по количеству туристов поднялась Турция. Поток туристов из этой страны в Россию продолжает стремительно расти в течение последних двух лет. За период с января по март 2011 года Россию с туристическими целями посетили более 14 тыс. жителей Турции, в то время как год назад эта цифра составляла 10 тыс. человек, таким образом, поток вырос почти наполовину. Весовая доля Турции в общем туристическом потоке в Россию увеличилась в 2011 году почти на 2 % и составила 7,2%.

На четвёртом месте идёт Италия (11,5 тыс.человек) с 9% приростом по отношению к первому кварталу 2010 года. Весовая доля итальянцев в 2011 году составила 6%, что позволило Италии подняться, на одну ступеньку выше по сравнению с прошлым годом и опередить Францию.

Замыкает пятёрку стран, преодолевших по количеству туристов 10 тысячный рубеж, Франция с показателем 10,3 тыс.туристов. Поток туристов из этой европейской страны уменьшился почти на 16% по сравнению с первым кварталом 2010 года , а весовая доля Франции уменьшилась более чем на 1% и составила в первом квартале 2011 года 5,3%, что стало худшим показателем за последние пять лет.

Продолжил своё падение в течение последних трёх лет туристический поток из Финляндии, опустившись на шестое место. В первом квартале 2011 года нашу страну с туристическими целями посетили менее 10 тыс. представителей Соуми. Для сравнения заметим, что это почти в 2 раза меньше чем в предкризисном 2008 году.

Продолжилась положительная динамика роста туристического потока из Израиля. По сравнению с первым кварталом 2008 года количество туристов из Израиля выросло более чем в два раза и достигло показателя 9,4 тыс.человек, по сравнению с 2010 годом поток увеличился почти на четверть.

Почти по 8 тысяч туристов на каждую страну приехало в Россию из Великобритании, США, что практически соответствует показателям первого квартала прошлого года.

На 10% увеличилось количество туристов из Кореи ( 4,7 тыс. человек), а вот туристический поток из Испании (3,8 тыс.человек), наоборот, уменьшился более чем на 16% по сравнению с прошлым годом.

Почти на 20% уменьшилось количество туристов из Голландии (3,2 тыс.чел), а вот японцы (3,1 тыс.человек) стали охотнее посещать Россию в этом году. Туристический поток из страны Восходящего солнца увеличился на 20% и стал рекордным за последние пять лет.

Самую рекордную положительную динамику роста въездного туристического потока в Россию продемонстрировали за первые три месяца 2010 года Куба. Поток туристов из этой страны за год увеличился более чем в 2 раза: 219человек в первом квартале 2011 года против 106 человек в первом квартале 2010 года.

В целом, количественный показатель въезда иностранных туристов в Россию, несмотря на свою стабилизацию по сравнению с прошлым годом, находится всё ещё на достаточно низком уровне. И здесь несколько основных причин: и дорогая цена пакетного тура в Россию, и суровые климатические условия на протяжении большего периода года, и полное отсутствие отелей эконом-класса в центральной части Москвы и Санкт-Петербурга. Нашему государству и правительству предстоит искать пути привлечения иностранных туристов в Россию и работать над созданием конкурентного туристического продукта. Оптимизм в решении этой задачи есть.: это будущие зимние Олимпийские игры 2014 года , которые пройдут в Сочи и чемпионат мира по футболу 2018 года, который пройдёт в России . Для строительства спортивных сооружений и инфраструктуры, по оценкам аналитиков, будет привлечено порядка 15 миллиардов USD, как государственных денег так и крупного частного капитала.

**2.2.** **Анализ состояния туризма в Нижегородской области**

Анализ туристических потоков согласно данным Комитета по физической культуре, спорту и туризму администрации Нижнего Новгорода показал, что в 2010 году число выехавших за рубеж туристов превысило число туристов, посетивших Нижегородский регион, в 3,7 раза (табл. 1). [15]

Таблица 1

Характеристика туристических потоков в Нижегородском регионе

по направлениям в 2010 г.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Направление туристических потоков* | |  |  | | --- | --- | | *Количество туристов* | | | *Чел.* | *%* | | |
| 1. Прием туристов - всего: | 5514 | 100 | |
| в том числе: |  |  | |
| - из России | 5005 | 91 | |
| - из стран дальнего зарубежья | 406 | 7 | |
| - из стран СНГ | 103 | 2 | |
| 2. Выезд туристов - всего | 20355 | 100 | |
| в том числе: |  |  | |
| - в другие регионы России | 11819 | 58 | |
| - в страны дальнего зарубежья | 7496 | 37 | |
| - в страны СНГ | 1040 | 5 | |

Приезжают в Нижегородскую область в основном из других городов России - 91% от общего количества.

Из стран дальнего зарубежья въездной поток составил лишь 7%, из стран СНГ - 2%.

Структура выезжающих нижегородских туристов иная: в другие регионы России - 58%, что меньше по сравнению с въезжающими в регион на 33%. При этом в страны дальнего зарубежья выездной поток составил 37%, в страны СНГ - 5%.

Результаты анализа структуры въездного туристического потока по целям поездки свидетельствуют, что наибольшее количество туристов из России посещают Нижегородский регион в целях отдыха (табл. 2). При этом более половины туристов приезжают на теплоходах по Волге. Иностранные граждане в основном приезжают с деловыми и профессиональными целями, на втором месте — с целью лечения.

Таблица 2

Структура въездных туристов в Нижегородский регион

по целям поездки в 2010 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Цель поездки | Количество туристов, чел.  из России из стран  дальнего зарубежья  и СНГ | |
| 1. Отдых | 4697 | 30 | |
| в том числе речные круизы | 2450 | - | |
| 2. Деловые и профессиональные | 15 | 376 | |
| 3. Лечение | - | 103 | |
| 4. Религия и паломничество | - | - | |
| 5. Прочие | 293 | - | |
| Всего | 5005 | 509 | |

Из анализа структуры выездного потока нижегородских туристов по России следует, что первое место здесь занимают поездки на отдых, второе — поездки с целью лечения, третье - круизный туризм (табл.3). При выезде в другие страны лидируют туры на отдых, далее следует выезд с целью лечения. Основной поток туристов из Нижегородского региона следовал в Турцию, ОАЭ, Кипр, Египет, Испанию. [18]

Таблица 3

Структура выезда нижегородских туристов по целям поездки в 2010 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Цель поездки* | *Количество туристов, чел.* | |
| 1. Отдых | *в Россию* | *в страны дальнего зарубежья и СНГ* | |
| в том числе речные круизы | 1316 | - | |
| 2. Деловые и профессиональные | 34 | 175 | |
| 3. Лечение | 1590 | 667 | |
| 4. Религия и паломничество | - | 2 | |
| 5. Прочие | - | 30 | |
| Всего | 11819 | 8536 | |

Число нижегородских туристов, выехавших в регионы России, превышает число туристов, посетивших другие страны, на 25% (3283 чел.).

Для подробного анализа состояния туризма в Нижегородской области было проведено исследование потребителей туристических услуг.

Анкетный опрос осуществлялся в ходе выборочного обследования на выставке Нижегородской ярмарки «Туризм-2011». Объем выборки - 190 чел. Время опроса - апрель 2011 года. Текст анкеты приведен в Приложении 28. [17]

Из анализа анкет жителей Нижегородского региона следует, что 63% опрошенных хотели бы в ближайшее время отправиться за границу, 26% - в другие города России, в Нижегородскую область - всего лишь 11% (рис. 3).

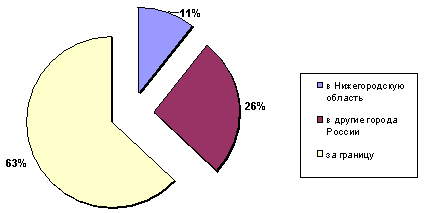


Рис. 3. Направления отдыха, предпочитаемые нижегородскими туристами

Предпочтения по целям поездки распределились следующим образом: 30,8% опрошенных предпочитают развлекательный туризм; одинаковая доля предпочтений — 24,6% — приходится на познавательные туры и с целью отдыха; 12,3% составил лечебно-оздоровительный туризм; 4,6% — спортивный; 3,1% — деловой (рис. 4).

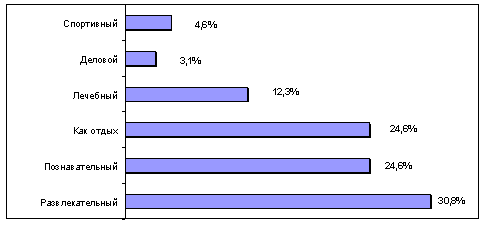


Рис. 4. Предпочитаемые виды туризма среди потенциальных туристов

Нижегородского региона

На вопрос относительно организации туризма 37% респондентов ответили, что прибегают к услугам турфирм, оставшиеся 63% высказали мнение о предпочительности организации путешествия самостоятельно.

Интересно, что при этом факторы выбора турфирмы по значимости распределились следующим образом: широта ассортимента предлагаемых услуг - 34%, низкие цены - 30%, имидж продавца - 24%, удобное месторасположение - 12% (рис. 5). Таким образом, широта ассортимента и низкие цены являются наиболее «весомыми» факторами при выборе турфирм.

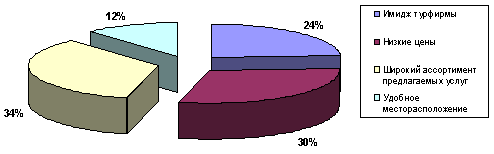


Рис. 5. Факторы выбора турфирм

Существенное место в анкете занимали вопросы относительно потребительских свойств туристического продукта. В ходе социологического обследования выяснилось, что для нижегородских туристов предпочтительнее туры длительностью 7-14 дней, с авиаперелетом и проживание в стандартном гостиничном номере (рис. 6-8).

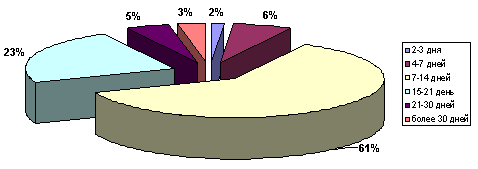


Рис. 6. Оптимальная продолжительность отдыха

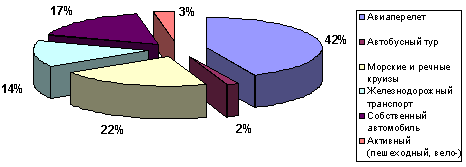


Рис. 7. Оптимальный способ передвижения

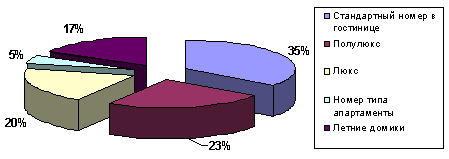


Рис. 8. Привлекательность услуг по гостиничному размещению

При опросе было установлено, что лишь четверть респондентов хотя бы однажды отдыхали в Нижегородской области, в то время как основная часть - 75% в таких турах не были (рис. 9).

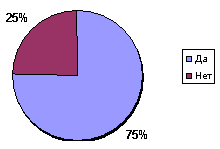


Рис. 9. Выбор отдыха в Нижегородской области

Основные причины выбора путешествий по своему региону: оптимальное соотношение цены и качества - 26% и более дешево - 24% (рис. 10).

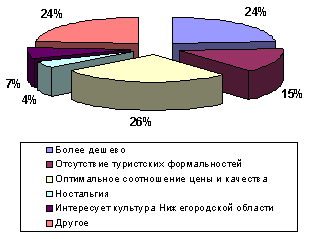


Рис. 10. Причины выбора отдыха в Нижегородской области

При путешествиях по Нижегородскому региону наиболее востребованными были рекреационные - 32% и лечебно-оздоровительные туры - 28% (рис. 11).

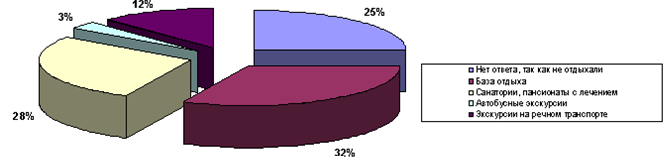


Рис. 11. Характеристика выбранных туров по Нижегородской области

Причины отказа от отдыха в Нижегородской области: неинтересно - 36%; больше интересуют другие города - 28%; низкий уровень обслуживания - 24% (рис. 12).

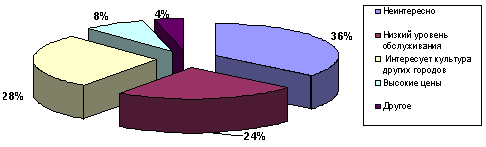


Рис. 12. Причины отказа от отдыха в Нижегородской области

К сожалению, нижегородцы, которые побывали в турах по региону, подтвердили опасения отказавшихся от поездки: 41% опрошенных среди недостатков указали на низкий уровень обслуживания (рис. 13).

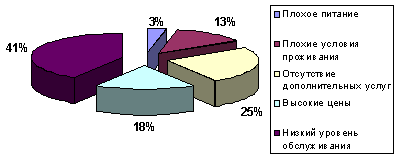


Рис. 13. Недостатки отдыха в Нижегородской области

По мнению большинства экспертов, первоочередными направлениями повышения качества туристических услуг в Нижегородском регионе являются:

1) повышение качества услуг по размещению (85% экспертов);

2) улучшение качества дорог (85%);

3) расширение ассортимента предлагаемых услуг (71%);

4) повышение квалификации персонала (76%).

Важной задачей экспертного метода был прогноз спроса на ближайшие один-два года (табл. 4).

Таблица 4. Прогноз спроса нижегородских туристов в 2011—2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Показатели* | *Изменение спроса, %* | | | | | | | | | | |
| *Снизится на:* | | | | | *Не изме-нится* | *Возрастет на:* | | | | |
| *10-20%* | *20-30%* | *30-40%* | *40-50%* | *Более 50%* | *10-20%* | *20-30%* | *30-40%* | *40-50%* | *Более 50%* |
| 1. Направления | | | | | | | | | | | |
| Турция |  |  |  |  |  | 40 | 21 | 19 | 20 |  |  |
| Испания |  | 26 |  |  |  | 58 | 16 |  |  |  |  |
| Кипр |  | 12 |  |  |  | 21 | 39 | 28 |  |  |  |
| Италия | 22 |  |  |  |  | 78 |  |  |  |  |  |
| Болгария |  | 22 |  |  |  | 21 | 39 | 18 |  |  |  |
| Франция |  |  |  |  |  | 80 | 20 |  |  |  |  |
| Хорватия |  |  |  |  | 23 |  | 57 | 20 |  |  |  |
| Египет |  |  | 19 |  |  |  | 62 | 19 |  |  |  |
| Чехия |  |  |  |  |  | 20 | 60 | 20 |  |  |  |
| Россия |  |  |  |  |  | 14 | 14 | 29 | 29 | 14 |  |
| в том числе Нижегородская область |  |  |  |  |  | 16 | 17 | 17 | 33 | 17 |  |
| 2. Длительность тура | | | | | | | | | | | |
| 2-3 дня |  |  |  |  |  | 38 | 21 | 21 |  | 20 |  |
| 4-7 дней |  |  |  |  |  | 46 | 17 | 20 | 17 |  |  |
| 7-14 дней |  |  |  |  |  | 17 | 33 | 33 | 17 |  |  |
| 15-21 день | 25 |  |  |  |  | 75 |  |  |  |  |  |
| 21-30 дней |  | 25 | 50 |  |  | 25 |  |  |  |  |  |
| Более 30 дней |  |  | 20 |  | 40 | 40 |  |  |  |  |  |
| 3. Условия проживания | | | | | | | | | | | |
| Стандартный номер |  |  |  |  |  | 100 |  |  |  |  |  |
| Полулюкс |  |  |  |  |  | 17 | 66 | 17 |  |  |  |
| Люкс | 17 |  |  |  |  | 17 | 66 |  |  |  |  |
| Апартаменты |  |  |  |  |  | 66 | 17 | 17 |  |  |  |
| Летние домики |  |  |  |  | 16 | 16 | 17 |  | 17 | 17 | 17 |
| 4.Транспортные услуги | | | | | | | | | | | |
| Авиаперелет | 14 |  |  |  | 14 | 72 |  |  |  |  |  |
| Ж/д транспорт |  |  |  |  |  | 57 | 29 | 14 |  |  |  |
| Водный транспорт | 33 |  |  |  |  | 33 | 17 | 17 |  |  |  |
| Автомобильный транспорт |  |  |  |  |  | 17 | 33 | 33 | 17 |  |  |

Данные таблицы 4 свидетельствуют, что большинство экспертов прогнозируют стабильность на турецком, испанском, итальянском и французском направлениях.

В Болгарию, Кипр, Хорватию, Египет и Чехию, согласно мнению большей части экспертов - прогнозируется увеличение спроса на 10-20%.

Относительно путешествий по России эксперты сошлись во мнении, что спрос здесь увеличится. При этом 14% экспертов прогнозируют рост спроса на 10-20%, 29% на 20-30%, столько же на 30-40%, 14% на 40-50%. Небольшая часть опрошенных - 14% считают, что спрос по России не изменится.

Аналогичная тенденция прослеживается и в прогнозах туризма по нижегородской области: 84% прогнозируют увеличение спроса, в том числе 17% на 10-20%, столько же на 20-30%, 33% на 30-40%, 17% на 40-50%. За уменьшение спроса ни один из экспертов не отдал свой голос.

Согласно результатам прогнозирования длительности туров мнения экспертов оказались неоднозначными. Однако при этом прослеживается закономерность: в 2011—2012 годах будут более востребованы незначительные по продолжительные туры.

По мнению большинства экспертов - 62% спрос на поездки длительностью 2-3 дня увеличится. При этом 21% прогнозируют рост на 10-20%, столько же на 20-30%, 20% на 40-50%. Увеличение спроса ожидается по турам длительностью 4-7 и 7-14 дней. Такую точку зрения высказали соответственно 54% и 83% экспертов. Спрос на поездки сроком 15-21 дня, по мнению большинства, не изменится.

А вот спрос на поездки длительностью более 21 дня сократится. По поездкам на 21-30 дней уменьшение спроса прогнозируют 75% экспертов, в том числе 25% на 20-30%, 50% на 30-40%. По поездкам длительностью более 30 дней аналогичную точку зрения высказали 60%, из них 20% прогнозируют уменьшение спроса на 30-40%, а 40% на более чем на 50%.

Относительно услуг проживания эксперты высказали единую точку зрения, что спрос на стандартные гостиничные номера останется без изменений. Стабильность спроса на апартаменты прогнозируют 66% экспертов.

Увеличение спроса прогнозируется как по дорогостоящим номерам (люксам и полулюксам), так и по относительно дешевым - летним домикам. По полулюксам голоса распределились следующим образом: 66% считают, что спрос увеличится на 10-20%, 17% на 20-30%. Спрос на люксы возрастет на 10-20% - точка зрения большинства - 66% экспертов.

Что касается транспортных услуг, то, по мнению 72% экспертов, спрос на авиаперелет не изменится; 57% экспертов считают, что спрос не изменится и на железнодорожный транспорт. Однако 28% высказали мнение об уменьшении спроса туристов на авиаперевозки, в том числе 14% на 10-20%, столько же на более чем на 50%. По железнодорожным перевозкам оставшаяся часть 43% прогнозируют увеличение спроса, из них 29% на 10-20%, 14% на 20-30%.

По водному транспорту треть экспертов считают, что спрос либо не изменится, либо сократится на 10-20%. Голоса же другой трети распределились поровну между ростом на 10-20% и 20-30%.

По автомобильному транспорту эксперты ожидают увеличения спроса: 33% на 10-20%, такая же доля на 20-30%; 17% прогнозируют рост на 30-40%. Оставшиеся 17% высказали мнение, что спрос останется стабильным.

Таким образом, в результате маркетингового исследования установлено:

1. Количество выезжающих из Нижегородского региона туристов значительно превышает поток въезжающих сюда туристов.
2. Выезжают нижегородские туристы в основном в страны дальнего зарубежья, меньше всего - в Нижегородскую область.
3. Причины отказа от путешествий по Нижегородской области: неинтересно, больше интересуют другие города и низкий уровень сервиса.
4. Причины выбора путешествий по Нижегородской области: оптимальное соотношение цены и качества, более низкие цены.
5. Прогноз увеличения спроса на туры по России и Нижегородской области в 2011-2012 гг.
6. Направления повышения качества туристических услуг в Нижегородском регионе:

- повышение качества услуг по размещению;

- улучшение качества дорог;

- расширение ассортимента предлагаемых услуг;

- повышение квалификации персонала.

**2.3. Анализ деятельности отеля «Акватория»**

Отель «Акватория» расположен на берегу Горьковского моря в 80 км от Нижнего Новгорода.

К услугам отдыхающих 123 номера.

Стоимость номеров указана в таблице 5:

Таблица 5

Стоимость номеров в отеле «Акватория» [20]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категория номера | Стоимость номера в сутки (руб.) | Количество номеров |
| *Одноместные (однокомнатные)* |  |  |
| Улучшенный | 2900 | 1 |
| I категория | 1200 | 24 |
| II категория | 1050 | 19 |
| III категория | 850 | 16 |
| *Двухместные (однокомнатные)* |  |  |
| Улучшенный | 2900 | 3 |
| I категория | 2100 | 26 |
| II категория | 1600 | 8 |
| III категория | 1300 | 18 |
| *Блок* |  |  |
| Трехместный (однокомнатный) | 2520 | 1 |
| Двухместный (однокомнатный) | 1900 | 1 |
| *Люкс* |  |  |
| Одноместный | 3300 | 1 |
| Двухместный | 3300 | 5 |

В отеле «Акватория» к целевым функциям можно отнести:

* прием и размещение гостей;
* продажу номеров.

К функциональным элементам относятся:

* обеспечение безопасности;
* инженерное обеспечение;
* бухгалтерский учет;
* административная деятельность.

Организационная структура отеля «Акватория» включает 50 сотрудников и выглядит следующим образом [1]:

Зам.ген.директора по адм. части

Зам.ген.директора по развитию

Главный инженер

Служба внутрен. контроля

Инспектор по кадрам

Главный бухгалтер

Служба приема гостей

Хозяйственная служба

Служба технического обслуживания

Генеральный директор

Бухгалтерия

Планово-экономическая служба

Схема 2. Организационная структура отеля «Акватория»

В общем, выбранная руководством гостиницы организационная структура позволяет удовлетворить запросы потребителей гостиничного рынка. Руководители функциональных подразделений полностью контролируют их деятельность, отмечают недостатки и сообщают о них генеральному директору, предлагают пути решения возникших проблем и информируют о результатах работы персонала.

Проанализируем структуру загрузки отела «Акватория» за последние три года. В таблице 6 представлено общее и реализованное количество койко-суток.

Таблица 6

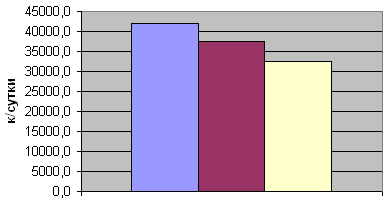
Загрузка отеля «Акватория»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2008 год | | 2009 год | | 2010 год | |
| Максимально возможная загрузка, к/сутки в мес. | 5628 | | 5648 | | 5211 | |
| Месяц | К/сутки | % от возможного | К/сутки | % от возможного | К/сутки | % от возможного |
| Январь | 2720,5 | 48,3 | 3202,5 | 56,7 | 2231,0 | 42,8 |
| Февраль | 3171,0 | 56,3 | 3333,5 | 59,0 | 2703,0 | 51,9 |
| Март | 3315,5 | 58,9 | 3763,0 | 66,6 | 2849,0 | 54,7 |
| Апрель | 4021,0 | 71,4 | 3029,0 | 53,6 | 2571,0 | 49,3 |
| Май | 3592,0 | 63,8 | 2730,0 | 48,3 | 2387,0 | 45,8 |
| Июнь | 3651,0 | 64,9 | 2751,0 | 48,7 | 2654,0 | 50,9 |
| Июль | 3512,0 | 62,4 | 2290,0 | 40,5 | 2163,0 | 41,5 |
| Август | 3280,0 | 58,3 | 2247,0 | 39,8 | 2673,0 | 51,3 |
| Сентябрь | 3877,0 | 68,9 | 3565,0 | 63,1 | 2688,0 | 51,6 |
| Октябрь | 3732,0 | 66,3 | 3491,0 | 61,8 | 3087,0 | 59,2 |
| Ноябрь | 3363,0 | 59,8 | 4101,0 | 72,6 | 3464,0 | 66,5 |
| Декабрь | 3765,0 | 66,9 | 2918,5 | 51,7 | 3087,0 | 59,2 |
| Итого | 42000,0 | 62,2 | 37421,5 | 55,2 | 32557,0 | 52,1 |

Данные таблицы были получены в бухгалтерии отеля «Акватория». Значение максимально возможной загрузки было получено путем перемножения количества функционирующих номеров на количество мест в них. Ежемесячная загрузка была получена из отчета главного бухгалтера.

Как видно из таблицы, в течение последних трех лет происходит ежегодное снижение реализованного количества койко-суток. Так, в 2009 году, по сравнению с 2008 годом произошло снижение на 4578,5 койко-суток, в 2010 году реализация уменьшилась еще на 4864,5 койко-суток.

Для наглядности составлена гистограмма.



2008

2009

2010

Рис. 14 - Загрузка отеля «Акватория»

Налицо явная тенденция к снижению процента загрузки номерного фонда.

В отеле «Акватория» перечень дополнительных платных услуг невелик. В него входят: прокат лодок, продажа пляжных принадлежностей (шезлонги, пляжные зонтики, надувные матрасы и т.п.) вызов такси; продажа сувениров с символикой Нижнего Новгорода, глажение одежды; пользование сауной; услуги парикмахерской, услуги междугородней связи.

Таблица 7

Объем платных услуг населению в 2010 г.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц | Прокат лодок тыс.руб. | Продажа пляжных принадлежностей тыс.руб. | Услуги размещения тыс.руб. | Прочие виды услуг тыс.руб. | Итого тыс.руб. |
| Январь | 0 | 0 | 1374 | 20 | 1674 |
| Февраль | 0 | 0 | 1582 | 15 | 1926 |
| Март | 0 | 0 | 1787 | 21 | 2190 |
| Апрель | 0 | 0 | 1767 | 25 | 2171 |
| Май | 3 | 636 | 1489 | 31 | 1857 |
| Июнь | 3 | 955 | 1774 | 30 | 2156 |
| Июль | 5 | 1207 | 1469 | 27 | 1804 |
| Август | 2 | 1161 | 1768 | 32 | 2162 |
| Сентябрь | 1 | 659 | 2386 | 58 | 2893 |
| Октябрь | 0 | 0 | 2879 | 42 | 3444 |
| Ноябрь | 0 | 0 | 2498 | 37 | 3009 |
| Декабрь | 0 | 0 | 2210 | 44 | 2711 |
| Итого | 14 | 4618 | 22983 | 382 | 27997 |

Преобладающей и имеющей приоритетное значение для Общества является

- ведение гостиничного бизнеса, содержание гостиницы, обеспечение проживания гостей в номерном фонде и доля этих доходов составляет - 82%

- иные виды деятельности - 18%.

Основные экономические показатели работы отеля «Акватория» за 2008-2009 годы представлены в таблице 8.

Таблица 8

Экономические показатели работы отеля «Акватория» [2]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г | 2009 г | Абсолютное отклонение | Относительное отклонение |
| Доход от реализации, тыс. руб. | 20096,0 | 15356,0 | -4740,0 | -23,6 |
| Затраты на реализацию услуг, тыс. руб. | 18827,0 | 14301,0 | -4526,0 | -24,0 |
| Уровень затрат, % к объему реализации. | 93,7 | 93,1 | -0,6 | -0,6 |
| Прочие доходы, тыс. руб. | 4,0 | 55,0 | +51,0 | +1275,0 |
| Прочие расходы, тыс. руб. | 547,0 | 709,0 | +162,0 | +29,6 |
| Прибыль, тыс. руб. | 726,0 | 401,0 | -325,0 | -44,8 |
| Зарплата, тыс. руб. | 5771,0 | 6060,0 | +289,0 | +5,0 |
| Ср.списочная численность | 90,0 | 84,0 | -6,0 | -6,7 |
| Производительность труда, тыс. руб./чел. | 223,3 | 182,8 | -40,5 | -18,1 |
| Среднегодовая зарплата, тыс. руб./чел. | 64,1 | 72,1 | 8 | +12,5 |

Как видно из таблицы 8, за отчетный период доход от реализации услуг снизился на 23,6% и к концу периода составил 15356 тыс. руб. Однако изменились и затраты на реализацию, они уменьшились на 24% и составили 14301 тыс. руб. Уровень затрат изменился незначительно, снизился на 0,6%.

Основной показатель, характеризующий экономическую деятельность предприятия это прибыль. Прибыль отеля «Акватория» уменьшилась на 44,8% и составила 401 тыс. руб.

Очевидно снижение интереса рынка к деятельности отеля «Акватория». Об этом говорит снижение загрузки номерного фонда и снижение прибыли.

Для обеспечения дальнейшей финансово успешной деятельности отелю «Акватория» необходимо выработать систему оперативного реагирования на изменяющиеся предпочтения потребителей.

**Глава 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**3.1. Проблемы туристической отрасли России и мероприятия по их решению**

Современный туризм - это в первую очередь социально-антропологический феномен. Своего рода форма "великого переселения" народов, как она доступна из сегодняшнего дня и сегодняшних транспортных технологий. При этом отношение к туризму как экономической деятельности и к туристам как носителям иной культуры всегда формируется под воздействием традиционных социокультурных образцов соседства, гостеприимства, а также из отношения к самому себе, своей истории, ритуалам и традиция, роду. Способность быть путешественником и принимать гостей вырастает из недр и ресурсов своей собственной культуры.

У российского туризма четыре проблемы, и все они – антропологические [22].

Первая - плохой сервис за большие деньги. Нам кажется, что мы славимся "традиционным русским гостеприимством". Но в системе туриндустрии турист (особенно неинкультурированный в Россию иностранец) оказывается скорее "топливом", чем пассажиром.

Вторая - давление негативных стереотипов. Мы для "них" агрессивные, неприветливые, пьяные, без полутонов - либо бесправные нищие, либо хамские "хозяева жизни". Такие стереотипы поддерживаются не только зарубежными СМИ, российскими эмигрантами, но также создаются и сами российскими туристами в любом дальнем зарубежье, до которого могут они дотянуться.

Третья проблема - нераскрученность достопримечательностей, невстроенность их в мировую культурную рефлексию.

И последняя по списку, но основная - мы просто мировоззренчески не готовы принимать туристов. Мы не понимаем культурных основ этого вида активности.

Сегодня для нас актуальны два типа отношения к туристам.

Первый из них - турист как "Шпион". Мы еще не забыли и не избавились от советской привычки видеть в иностранце "засланца" (особенно если встречам его где-то в неожиданной глуши) и бояться "гэбни", которая, как водится, пасет и его, и нас - заодно.

Другой тип туриста в нашей культуре - "Дар". Он сам приезжает, это "дары природы", которые никогда не иссякнут в их ежесезонной регулярности [23].

По мнению иностранных исследователей, туристов в России отпугивают растущие цены, плохая инфраструктура, скудный список развлечений, а также сложный и запутанный механизм выдачи виз.

«Многократной чемпионке мира по армрестлингу Хейди Андерссон отказано в получении российской визы из-за якобы рваного паспорта». Подобные сообщения о знаменитостях, которым отказано во въезде в Россию, периодически появляются на страницах скандинавских газет, укрепляя обывателей во мнении, что российские консульства – не самые «легкопроходимые» учреждения в мире. «Для поездки по Транссибирской железной дороге требуются три визы. Монгольскую и китайскую легко получить самостоятельно, совсем другое дело – российская, – делятся опытом на своей веб-страничке молодые шведские путешественники. – В течение четырех месяцев мы обменивались сообщениями по электронной почте с разными Ольгами и Анастасиями из туристических агентств в России, которые должны были снабдить нас семью видами необходимых для въезда документов. Совет для тех, кто решит пойти по нашим следам: лучше заплатите туристическому агентству в Швеции, если хотите избежать множества хлопот». [17]

Особенно много недовольных среди финнов, поскольку именно они чаще других скандинавов приезжают в Россию. Так, финское генконсульство выдает туристические визы россиянам без требования предъявить приглашение или без бронирования гостиницы. Финский турист обязан иметь либо приглашение, либо документ не только о бронировании, но и об оплате места в отеле. Североевропейских туристов раздражает также обязательная справка об отсутствии ВИЧ-инфекции, если гость собирается прожить в стране более трех месяцев. Обращение в медучреждение на родине с пожеланием провериться на СПИД сопряжено с массой неудобств, главным образом психологического характера, поэтому в той же Финляндии распространилась торговля фальшивыми свидетельствами, которые продают определенные туристические компании в одном пакете с «визовыми» услугами. Среднему финну непонятна логика российского закона: получается, носитель СПИДа может спокойно въезжать в страну на два месяца и 29 дней, а вот при большем сроке он представляет угрозу для жизни и здоровья аборигенов [19].

Немало нареканий вызывает система регистрации иностранцев, если они живут в одном городе больше трех дней. «Россиянин едет в Мадрид, Рим, Париж, Брюссель, Амстердам и никому не объясняет, зачем и насколько он туда едет, главное – чтобы он уехал в срок. Испанский же гражданин должен объясняться с властями и регистрироваться везде, куда бы он ни поехал – в Москве, Иркутске или Петербурге», – посетовал на днях в беседе с «НИ» чрезвычайный и полномочный посол Испании в РФ Хуан Антонио Марк. Конечно, все эти трудности можно объяснить особенностями национальной политики в духе «око за око». Но как в таком случае обосновать наше нежелание идти навстречу государствам, пропагандирующим лояльность к «руссо туристо»? «Мы выдаем россиянам многоразовые визы на полгода, а нашим гражданам дают однократную визу на четыре дня», – подчеркивает посол Испании. Отмена виз для туристов из ЕС была бы логичным шагом, – считает директор туркомпании Илья Клубникин. – У нас безвизовый режим для граждан стран СНГ, неужели при свободном въезде для европейских туристов к нам хлынет поток гастарбайтеров из Франции?[19]

Как ни крути, поездка в Россию для обычного интуриста получается довольно затратной, и не только по количеству нервных клеток или часов. Например, для японцев стоимость недельного тура с осмотром Москвы и Санкт-Петербурга колеблется в районе 2,6–3,2 тыс. долларов. Это для обеспеченных японских граждан не так дорого, но приобретение сувениров уже создает проблемы – цены в главных городах России «кусаются». В копеечку для японского путешественника обходится ресторанное обслуживание и размещение в отелях. Переводчица русского языка Нацуко Самэдзима много лет училась в РФ, в нашей стране у нее остался не один десяток друзей. «Еще пять-шесть лет назад мне удавалось заказывать номера до 150–200 долларов в сутки в центре столицы или близко к нему, но сейчас плата взлетела, – сетует она. – С зарплатой в три тысячи долларов в месяц японцам трудно часто посещать Россию». Некоторые пятизвездочные отели в России явно уступают по набору сервиса токийским, одноместные номера в которых вполне можно снять за те же 150–200 долларов, а в обычных трехзвездочных гостиницах в сутки – за 100 долларов. «Я бы хотела побывать в Москве по индивидуальному туру и снять жилье в частном секторе, но такого вида услуг турагентства пока не предлагают», – с грустью заключает Нацуко Самэдзима. Неудивительно, что японцы предпочитают смотреть российские достопримечательности по Интернету.

Удивляться интуристам нечему: Москва давно лидирует в списке самых дорогих городов мира. Однако требование «позолотить ручку» начинается задолго до пересечения границы. «Существуют два срока оформления российской туристической визы для европейцев: в десять дней и в три дня, – говорит первый вице-президент Ассоциации туроператоров России (АТОР) Владимир Канторович. – Разница в цене – минимум в два раза. За счет этого российскими консульствами создаются искусственные ситуации, когда турист вынужден оформлять срочную визу, а значит – платить больше». [17] Еще одна статья дохода на европейцах – торговля приглашениями. В Интернете полно фирм, обещающих гарантированное получение визы, при этом покупать турпутевку у них необязательно. Стоимость такой услуги колеблется от 1,5 тыс. до 12,7 тыс. рублей, в зависимости от типа визы, срока пребывания в России и гражданства иностранца. «Это незаконно, – поясняют власти. – Впрочем, консульство не всегда имеет возможность проверить подлинность предоставленной информации, да обычно и не стремится к этому. Приглашения до сих пор принимаются по факсу, что легче всего подделать».

Особенно популярна такая услуга у граждан, живущих в странах так называемого миграционного риска. Примечательно, что туда входят практически все государства, отменившие или упростившие въездные визы для российских туристов. «Граждане этих стран чаще других используют Россию в качестве промежуточной страны для нелегальной миграции в Европу, – рассказал Владимир Канторович. – Происходит это так: летит человек из Анголы в Париж с пересадкой в России. Поскольку наш аэропорт он проходит транзитом, общаться с пограничниками не нужно. Перед посадкой в самолет иностранец торжественно спускает свой паспорт в унитаз. Из Парижа его высылают туда, откуда он прилетел: в данном случае, обратно в Москву».[21]

Граждане этих стран могут получить российскую визу, но с оговорками. Например, им обязательно потребуется пройти собеседование в консульстве и предоставить «бронебойное» подтверждение платежеспособности. Такие придирки с благой целью ставят добропорядочных туристов в неудобное положение. Теперь уже бывший посол Индии в РФ Канвал Сибал неоднократно говорил о необходимости упрощения процедуры оформления документов, а также о сокращении сроков ее получения. Разговоры об этом шли еще четыре года назад, но серьезных подвижек не видно. При этом интерес граждан Индии к России есть, как и материальные возможности путешествовать. «Надо быть реалистами. Если у нас при постоянных разговорах об отличных отношениях между Дели и Москвой даже бизнесмены не могут добиться упрощения визовых процедур, что же говорить об индийских туристах? Ваши чиновники, наверное, видят в них потенциальных нелегалов», – с грустью заметил в этой связи сотрудник одной из индийских туркомпаний Прабха Сатил [21].

И ладно бы еще после всего этого турист получал достойную экскурсионную программу! Но в подавляющем большинстве случаев иностранцы нарезают круги по «Золотому кольцу», редко выбираясь за его пределы. «Помимо этого, экскурсионные программы обычно включают в себя Москву и Санкт-Петербург, – рассказал Илья Клубникин. – Стабильным спросом пользуются речные круизы по Волге или русскому Северу, с заездом на Валаам. Из новых объектов показа можно назвать озеро Байкал и Камчатку. Альтернативные маршруты прокладываются крайне редко». [19]

Туристический рынок в России довольно инертен, и не только в плане новых развлечений, считают эксперты. Представители старших поколений, составляющие большинство туристов в России, жалуются на плохие условия для отдыха и низкую квалификацию обслуживающего персонала. «Приезжающий на отдых поляк хочет чувствовать себя паном, хотя бы на время, – поделился с «НИ» заядлый путешественник Яцек Домбровский. – А в России по-настоящему приличный сервис могут получить очень богатые люди, швыряющиеся деньгами налево и направо. В нашей культуре это не принято, мы бережем каждый грош даже на отдыхе». Из-за этого польские туристы выбирают нашу страну в 2% случаев, тогда как еще в 2000-м этот показатель составлял 5%.

С целью решения проблем туристической отрасли России Правительство РФ разработана федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)» [25].

Целью Программы является повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Общий объем финансирования Программы рассчитан в ценах соответствующих лет на основе анализа затрат и длительности выполнения каждого мероприятия Программы и составляет 332 млрд. рублей.

Финансирование мероприятий Программы планируется осуществлять за счет:

* средств федерального бюджета - в размере 96 млрд. рублей (28,9 процента);
* средств бюджетов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований - в размере 25 млрд. рублей (7,5 процента);
* средств внебюджетных источников - в размере 211 млрд. рублей (63,6 процента).

Достижение цели Программы будет обеспечиваться решением следующих основных задач:

* задача 1 "Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации";
* задача 2 "Повышение качества туристских услуг";
* задача 3 "Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках".

Реализация Программы рассчитана на период с 2011 по 2018 годы. Заявленный срок реализации Программы является необходимым и достаточным для получения ощутимых, общественно значимых результатов реализации мероприятий по развитию внутреннего туристско-рекреационного комплекса страны.

Сокращенный срок реализации Программы не позволит достигнуть ожидаемых результатов и создать комфортную предпринимательскую среду в субъектах Российской Федерации для привлечения инвестиций, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма страны на основе государственно-частного партнерства.

Реализация мероприятий Программы будет осуществляться в 2 этапа.

Первый этап (2011 - 2014 годы) предусматривает проведение работ по созданию первоочередных туристских объектов, которые станут точками роста современных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в нескольких субъектах Российской Федерации. Также планируется осуществить частичную поддержку ряда перспективных проектов создания региональных туристских кластеров за счет вовлечения бизнес-сообщества отдельных регионов в процессы формирования государственно-частного партнерства.

Кроме того, на этом этапе предусматривается проведение работ по изучению и оценке туристского потенциала регионов страны с точки зрения перспектив развития различных видов туризма и выработка подходов к развитию туристской инфраструктуры, учитывающих специфику географического положения и климатических условий регионов, а также различия в уровне финансовой обеспеченности субъектов Российской Федерации.

Необходимо провести мониторинг наличия, уровня развития и доступности региональных туристско-рекреационных ресурсов, определить состав и структуру необходимых коллективных средств размещения, а также объектов обеспечивающей инфраструктуры, строительство и развитие которых целесообразно будет осуществлять в рамках мероприятий следующего этапа Программы. Четкое определение потенциала рынка и основных потребностей туристов (предпочитаемый вид туризма, среднедневные траты, продолжительность пребывания) позволит более точно спрогнозировать объем необходимой туристской и обеспечивающей инфраструктуры.

Помимо этого, первоочередной задачей первого этапа Программы станет создание эффективных механизмов управления реализацией Программы, разработка регламентирующих документов, координирующих усилия органов государственного управления федерального и регионального уровней в целях развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации.

На конкурсной основе будут отобраны инвестиционные проекты для реализации на втором этапе Программы (2015 - 2018 годы), в рамках которого получат широкое распространение отлаженные на предыдущем этапе механизмы создания конкурентоспособных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров. Предусмотрено масштабное развитие курортных и туристских объектов, отвечающих мировым стандартам и способных значительно повысить конкурентоспособность рынка туристских услуг страны.

В течение всего срока реализации Программы будут проводиться мероприятия за счет привлечения средств всех источников финансирования, в том числе с участием бизнеса, направленные на:

1. повышение уровня профессиональной подготовки и переподготовки кадров индустрии туризма;
2. внедрение современных технологий реализации туристских продуктов с использованием электронных программ;
3. создание привлекательного имиджа национальных курортных территорий и туристского продукта;
4. обеспечение прозрачной деятельности туристских компаний.

Для решения задачи 1 "Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации" необходимо осуществить следующие мероприятия:

* капитальное строительство и модернизация объектов обеспечивающей инфраструктуры создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости;
* создание и модернизация туристских объектов;
* проведение работ и оказание услуг, связанных с изучением и оценкой туристского потенциала регионов и качества региональных проектов;
* проведение работ и оказание услуг, связанных с обеспечением взаимосвязи схем территориального планирования субъектов Российской Федерации и документации по планировке территории с планами создания и развития туристско-рекреационных и автотуристских кластеров;
* частичное возмещение затрат на оплату процентов по инвестиционным кредитам, полученным участниками государственно-частного партнерства в рамках Программы в российских кредитных организациях.

Государственным заказчиком, ответственным за выполнение указанных мероприятий, является Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации, а в части обеспечения взаимосвязи схем территориального планирования субъектов Российской Федерации и документации по планировке территории с планами создания и развития туристско-рекреационных и автотуристских кластеров - Министерство регионального развития Российской Федерации.

Для решения задачи 2 "Повышение качества туристских услуг" необходимо осуществить следующие мероприятия:

* развитие системы подготовки кадров в сфере туризма и индустрии гостеприимства;
* создание условий для организации и осуществления эффективной деятельности саморегулируемых организаций;
* развитие технического и технологического обеспечения развития туристской отрасли;
* проведение работ и оказание услуг, связанных с внедрением инновационных технологий в области управления качеством туристских услуг.

Указанные мероприятия необходимо проводить на протяжении всего срока реализации Программы. Их финансирование предполагается осуществлять за счет средств федерального бюджета с привлечением внебюджетных источников. Государственным заказчиком, ответственным за выполнение указанных мероприятий, является Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации.

Для решения задачи 3 "Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках" необходимо осуществить следующие мероприятия:

* проведение информационно-пропагандистской кампании и размещение социальной рекламы о туризме в Российской Федерации на телевидении, в электронных и печатных средствах массовой информации, а также с помощью наружной рекламы, проведение пресс-туров и обеспечение работы информационных центров и пунктов;
* создание конкурентоспособного цифрового контента и наполнение информационного ресурса;
* организация и проведение международных, общероссийских, межрегиональных туристских форумов, выставок и иных мероприятий;
* проведение работ и оказание услуг, связанных с внедрением инновационных технологий по продвижению туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках.

Финансирование указанных мероприятий предполагается за счет средств федерального бюджета с привлечением внебюджетных источников. Государственным заказчиком, ответственным за их выполнение, является Федеральное агентство по туризму.

Отбор укрупненных инвестиционных проектов Программы осуществляется на конкурсной основе, исходя из экономической целесообразности, наибольшей эффективности и результативности с точки зрения обеспечения достижения цели и решения задач Программы.

Положение о конкурсном отборе инвестиционных проектов для включения в состав мероприятий Программы разрабатывается и утверждается государственным заказчиком - координатором Программы.

При отборе региональных инвестиционных проектов особое внимание будет уделено туристским кластерам, развивающим приоритетные туристские направления Российской Федерации.

Северо-Западная часть России благодаря ее географическому положению, уникальному историко-культурному наследию и богатству природных ресурсов обладает значительным туристским потенциалом. Санкт-Петербург, Ленинградская, Псковская, Новгородская и Архангельская области, Республика Карелия формируют перспективное туристское направление "Серебряное кольцо России". В его пределах сосредоточено значительное количество уникальных историко-культурных объектов, памятников архитектуры и русского зодчества, в том числе старейший в России курорт - Марциальные воды.

Традиционными для северо-запада Российской Федерации видами туризма, обеспечивающими большую часть внутреннего и въездного туристских потоков, являются культурно-познавательный, событийный, деловой и активный туризм. Вместе с тем богатство и разнообразие природно-климатических ресурсов являются необходимым и достаточным потенциалом для развития оздоровительного, экологического, круизного и сельского видов туризма.

В настоящее время туристский потенциал регионов "Серебряного кольца России" используется не в полной мере, что связано с наличием сдерживающих факторов, среди которых - неудовлетворительное состояние многих историко-культурных объектов и объектов туристского показа, нуждающихся в реконструкции, а также низкий уровень развития транспортной и иной обеспечивающей инфраструктуры. В результате при потенциально возможном объеме туристского потока, оцениваемом в 9 млн. туристов в год, его фактическое значение в указанных регионах не превышает 4,2 млн. туристов.

На территории регионов Центрального федерального округа, в совокупности составляющих перспективное туристское направление "Золотое кольцо России", расположено 204 исторических города, действуют 517 музеев (21 процент общероссийского показателя), 168 театров (29 процентов), 10,8 тыс. объектов культурно-досугового типа, а также более 2 тыс. гостиниц.

Центральная Россия обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, представляя собой центр культурно-познавательного, круизного, делового и лечебно-оздоровительного туризма. Центральный федеральный округ занимает 1-е место в стране по количеству приезжающих туристов и экскурсантов - более 9 млн. человек в год (свыше 27 процентов в общем туристском потоке страны).

В настоящее время наиболее развитыми видами туризма в регионах "Золотого кольца России" является культурно-познавательный, этнографический и религиозный туризм. Популярный маршрут "Золотое кольцо России" проходит через древнейшие города центра России и привлекает около 4 млн. туристов ежегодно. В то же время значительный туристско-рекреационный потенциал предоставляет возможности для дальнейшего развития и диверсификации регионального туристского продукта в сторону экологического, рекреационного, яхтенного и круизного туризма.

Несмотря на значительный потенциал для развития туризма в регионах, а также предпринимаемые меры по его развитию, реальный объем оказываемых туристских услуг продолжает оставаться недостаточно высоким. Согласно экспертной оценке дополнительный отложенный спрос на туристский продукт регионов "Золотого кольца России" составляет более 4 млн. туристов в год.

Наряду с общими проблемами российской туристской индустрии, для туристской отрасли "Золотого кольца России" характерно недостаточное продвижение многих туристских объектов и узкий спектр услуг, предлагаемых для отдыха и развлечения туристов. Создание туристских кластеров в Центральном федеральном округе будет способствовать сохранению объектов истории и культуры, развитию новых туристских маршрутов регионов, входящих в состав "Золотого кольца России", возрождению русских традиций, а также поддержке и развитию русской православной культуры. Необходимо формирование благоприятной среды для роста малого и среднего бизнеса, предлагающего широкий перечень туристских продуктов как по составу, так и по цене.

Развитие туристской инфраструктуры, создание современных комплексов наряду с вовлечением в оборот отреставрированных объектов историко-культурного наследия создадут условия для разработки целого ряда новых туристских маршрутов различной направленности. Это позволит удовлетворить потребительский спрос различных категорий туристов, обеспечить всесезонное функционирование туристских объектов и стабильный рост туристского потока.

Регионы Южного и Северо-Кавказского федеральных округов объединены в перспективное туристское направление "Юг России". К ним относятся Ростовская область, Краснодарский и Ставропольский края, а также Кабардино-Балкарская Республика. Богатое природное и культурное наследие, разнообразие флоры и фауны при соответствующем уровне развития могут обеспечить опережающий рост туристско-рекреационного комплекса и превращение его в одну из базовых отраслей специализации указанного направления. Азовское и Черноморское побережья, а также районы Кавказских Минеральных Вод и Приэльбрусья - известные в России и за рубежом бренды пляжного, оздоровительного и горнолыжного туризма.

Несмотря на то, что в настоящее время вклад туристской индустрии в экономику макрорегиона не превышает 1,2 процента, туристско-рекреационный комплекс имеет значительный потенциал роста, полноценное раскрытие которого сдерживается комплексом проблем, основными из которых являются невысокая конкурентоспособность регионального туристско-рекреационного комплекса, обусловленная невысоким качеством производимого туристского продукта при высоком уровне цен на него, и территориальная неравномерность развития инфраструктуры туристско-рекреационного комплекса.

Создание условий и механизмов для привлечения дополнительных финансовых ресурсов и развития на территории указанных регионов новых видов туризма позволит повысить интерес туристов к указанному туристскому направлению и заметно диверсифицировать спектр туристских услуг, предоставляемых в регионах.

К наиболее перспективным видам туризма, развитие которых может дать серьезный толчок повышению конкурентоспособности регионального туристского продукта, относятся круизный, деловой, экологический и сельский туризм.

Для полноценного использования объективных конкурентных преимуществ туристско-рекреационного комплекса южных регионов Российской Федерации необходимо сконцентрировать организационные, интеллектуальные и материальные ресурсы на приоритетных стратегических направлениях развития туризма, одним из которых является кластеризация туристско-рекреационного пространства.

Согласно экспертным прогнозам при должном уровне развития туристской инфраструктуры, повышении качества и узнаваемости туристского продукта южных регионов Российской Федерации поток туристов может возрасти более чем в 2 раза, достигнув значения 8 млн. туристов в год.

К территориям перспективного туристского направления "Большая Волга" кроме субъектов Российской Федерации, входящих в Приволжский федеральный округ (привлекающих ежегодно более 5,2 млн. человек или 16,2 процента общего туристского потока страны), относятся также Астраханская и Волгоградская области.

Историко-культурные и национальные особенности крупнейших городов, расположенных на реках Волге и Каме (Нижний Новгород, Казань, Ижевск, Самара, Ульяновск, Саратов, Волгоград, Астрахань и др.), в сочетании с большим числом рекреационных зон способствуют привлечению как российских, так и иностранных туристов.

Создание условий для развития культурно-познавательного (в том числе этнографического), оздоровительного, делового, экологического, речного, круизного и пляжного видов туризма является приоритетом для регионов "Большой Волги".

Перспективным также является создание условий для развития зимних (в первую очередь горнолыжный спорт) и летних видов активного отдыха (экстремальный сплав по горным рекам, конный спорт и туризм, спортивная и любительская рыбалка, спелеотуризм и др.).

Согласно экспертным оценкам при условии решения проблем инфраструктуры и преодоления связанных с ними ограничений поток туристов в рамках туристского направления "Большая Волга" может быть увеличен до 10 млн. туристов в год.

В число регионов Сибири, обладающих наиболее богатым туристско-рекреационным потенциалом, входят Республика Алтай и Алтайский край. Развитие туризма в этих регионах входит в список основных стратегических приоритетов социально-экономического развития указанных территорий, обеспечивающих удовлетворение потребностей граждан в отдыхе и рекреации.

Регионы Сибири обладают уникальными природно-географическими, климатическими, бальнеологическими, культурно-историческими ресурсами, формирующими их потенциальную конкурентоспособность не только на российском, но и на мировом туристском рынке.

Географическое соседство Республики Алтай и Алтайского края с промышленно-развитыми регионами Западной Сибири и Урала (высокая степень транспортной доступности, наличие на территории Алтайского края единственного в Сибири курорта федерального значения "Белокуриха", экологическая чистота территории) обеспечивает высокий потенциальный спрос на все основные виды туризма (рекреационный, санаторно-оздоровительный, культурно-познавательный, деловой, экологический и активный). В перспективе поток туристов в указанных регионах составит около 2 млн. туристов в год.

Несмотря на высокий потенциал для развития туризма в регионах, а также предпринятые в последние годы меры по его развитию, реальный поток туристов в настоящее время продолжает оставаться невысоким (около 700 тыс. человек в год). Это обусловлено рядом негативных факторов, в том числе недостаточным развитием туристской инфраструктуры, высокими ценами в коллективных средствах размещения, а также невысоким уровнем туристского сервиса и недостаточной квалификацией обслуживающего персонала.

По экспертным оценкам, преодоление сдерживающих факторов и дальнейшее развитие туристской отрасли указанных регионов позволит увеличить туристский поток на 1,3 млн. туристов в год.

Главным объектом притяжения туристов в Прибайкалье является озеро Байкал - уникальный природный объект, включенный в Список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Флора Прибайкалья отличается разнообразием. Природоохранные территории в бассейне озера Байкал и Прибайкалье в целом представлены большим числом биосферных заповедников (Баргузинский, Байкальский, Джергинский), национальных парков (Забайкальский и Тункинский), заказников федерального значения, а также региональными особо охраняемыми природными территориями.

Горные ландшафты Саян в сочетании с ресурсами озера Байкал создают предпосылки для создания современных всесезонных курортов и туристских комплексов.

В Прибайкалье находится множество уникальных объектов исторического и культурного наследия, в том числе большое количество сохранившихся археологических памятников (плиточные могилы и др.), что формирует значительные конкурентные преимущества этого туристского направления и создает предпосылки для развития на территории Прибайкалья большинства видов туризма, включая культурно-познавательный, этнографический, археологический, спелеологический, религиозный, оздоровительный, деловой, активный, круизный, экологический, сельский.

Развитие туризма в Прибайкалье сдерживается сезонностью работы части коллективных средств размещения, связанной в том числе с отсутствием разветвленной и круглогодично функционирующей транспортной инфраструктуры.

По экспертным оценкам, преодоление сдерживающих факторов и дальнейшее развитие индустрии отдыха и туризма в указанных регионах позволит увеличить туристский поток на 800 тыс. туристов в год (общее число составит до 1,5 млн. человек в год).

Уникальными природно-климатическими особенностями обладает Дальневосточный регион. Это единственное место на территории Российской Федерации с умеренно муссонным климатом. Природные ресурсы Приморья, Камчатки и бассейна р. Амура традиционно привлекают как российских, так и иностранных туристов. Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока перспективен в отношении развития въездного туризма для жителей Японии, Республики Корея, Китая и Монголии. На территории макрорегиона ежегодно отдыхает около 2 млн. туристов, что составляет 6 процентов общероссийского туристского потока.

В настоящее время на Дальнем Востоке развиваются активные виды туризма (водный туризм, альпинизм и скалолазание, велотуризм, треккинг, горнолыжный туризм, сноубординг и др.), а также лечебно-оздоровительный и культурно-познавательный туризм. Раскрытие туристского потенциала уникальных природных объектов Дальнего Востока связано с возможностью использования отдельных участков особо охраняемых природных территорий для экологического туризма. Важнейшими видами туризма в регионе могут стать событийный и культурно-исторический туризм. Перспективным также является дальнейшее развитие круизных маршрутов, в том числе океанических.

Специфические региональные проблемы в области развития туризма связаны прежде всего с низким уровнем развития туристской инфраструктуры, а также с недостатком транспортной инфраструктуры и соответствующих маршрутов, в том числе авиационных. Преодоление указанных сдерживающих факторов и дальнейшее развитие туристской отрасли Дальнего Востока позволит увеличить туристский поток на 2 млн. туристов в год (общее число туристов составит около 4 млн. человек в год).

Концентрация усилий государства и бизнеса на развитии туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации в рамках территорий 7 наиболее перспективных туристских направлений обеспечит достижение целевых показателей и индикаторов Программы, оптимизировав объем необходимых инвестиционных ресурсов.

При разработке Программы на конкурсной основе с учетом степени проработки и готовности соответствующей документации был сформирован перечень регионов Российской Федерации, в которых начиная с 2011 года будет проведена апробация механизмов создания инвестиционных площадок с целью привлечения инвестиций в туристскую отрасль на условиях государственно-частного партнерства. В указанный перечень включены Ярославская, Ивановская, Рязанская, Ростовская и Псковская области, а также Алтайский край.

С учетом необходимости привлечения более широкого круга субъектов Российской Федерации к процессам создания конкурентоспособной региональной туристской инфраструктуры были отобраны перспективные туристские регионы, имеющие высокий туристский потенциал и проявляющие наибольшую активность в подготовке инвестиционных проектов. В их числе Республика Алтай, Республика Башкортостан, Республика Карелия, Республика Саха (Якутия), Республика Татарстан, Республика Тыва, Чувашская Республика, Краснодарский край, Ставропольский край, а также Амурская область, Астраханская область, Владимирская область, Вологодская область, Иркутская область, Калининградская область, Калужская область, Костромская область, Нижегородская область, Новгородская область, Самарская область, Сахалинская область, Свердловская область и Тюменская область.

Кроме того, с учетом уровня подготовки документации были отобраны перспективные туристские проекты, готовые к реализации начиная с 2012 года, в Республике Бурятия и Липецкой области.

Софинансирование за счет средств федерального бюджета инвестиционных проектов с началом реализации в 2012 - 2014 годах будет осуществляться при условии соблюдения порядка и сроков представления документации, предусмотренной нормативными правовыми актами, регулирующими вопросы разработки и реализации федеральных целевых программ и федеральной адресной инвестиционной программы. Кроме того, субъекты Российской Федерации в кооперации с бизнес-сообществом должны обеспечить своевременную разработку финансово-экономической и технической проектной документации, обосновывающей эффективность запланированных для реализации инвестиционных проектов, в том числе региональных долгосрочных целевых программ развития туризма, бизнес-планов, схем территориального планирования и др.

Предполагаемая оценочная стоимость каждого инвестиционного проекта может составлять от 3 до 5 млрд. рублей с учетом софинансирования за счет средств федерального бюджета в пределах 20 - 25 процентов. Реализация проекта обеспечит создание 2 - 5 тыс. рабочих мест (с учетом мультипликативного эффекта) и увеличение туристского потока на 200 - 400 тыс. человек.

В результате реализации мероприятий Программы будет создана сеть современных курортных и туристских объектов в рамках соответствующих туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, отвечающих мировым стандартам и способных значительно повысить конкурентоспособность рынка туристских услуг страны.

Интегральный общественный эффект от реализации мероприятий Программы, приведенный к году начала реализации Программы, составляет 980,3 млрд. рублей.

Интегральный коммерческий эффект от реализации мероприятий Программы, приведенный к году начала реализации Программы, оценивается в 231,3 млрд. рублей. Индекс прибыльности (доходности) частных инвестиций составляет 1,1, что позволяет считать Программу эффективной. Период окупаемости частных инвестиций в реализацию проектов, вошедших в Программу, составляет 13 лет.

Интегральный бюджетный эффект от реализации мероприятий Программы составляет 574,4 млрд. рублей. Расчетный срок окупаемости бюджетных инвестиций или период возврата средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации составляет 6 лет. Коэффициент финансового участия государства в реализации Программы равен 0,26.

Экологическая эффективность Программы является неотъемлемой частью ее общей эффективности. Защита окружающей среды при реализации мероприятий Программы обеспечивается путем реализации заложенных в инвестиционные проекты технических и технологических решений, соответствующих современным стандартам и повышенным экологическим требованиям. Контроль соблюдения действующего законодательства в части защиты окружающей среды как на этапе предварительного отбора инвестиционных проектов, планируемых для реализации в рамках Программы, так и на этапе реализации Программы, в том числе обязательность прохождения экологической экспертизы проектов, обеспечивает высокую экологическую эффективность каждого проекта и Программы в целом.

**3.2. Стратегия развития туризма в Нижегородской области**

24 октября областная целевая программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2012-2018 годах», разработанная Министерством поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области в целях формирования в регионе конкурентоспособной туриндустрии и развития туристской инфраструктуры, была одобрена на заседании Правительства Нижегородской области.

Основными направлениями Программы являются совершенствование нормативно-правовой базы отрасли «туризм», активная маркетинговая политика по продвижению нижегородского турпродукта, финансово-кредитная поддержка отрасли, развитие инфраструктуры и улучшение состояния объектов показа, подготовка кадров. Планируется развивать такие виды туризма как культурно-познавательный, этнографический, круизный, лечебно-рекреационный, экологический и приключенческий, сельский, религиозный, деловой и событийный, охотничий и рыболовный.

Финансирование Программы будет осуществляться как из бюджетных источников (федерального и областного бюджетов, бюджетов муниципальных образований), так и за счет привлечения частных инвестиций.

Актуальность развития въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области обусловлена рядом факторов:[24]

Во-первых, наличием в области огромного туристского потенциала: в сегментах культурно-познавательного, круизного, лечебно-рекреационного, делового, экологического и сельского туризма, охоты и рыбалки.

Также наличием таких всемирно известных центров как: Нижний Новгород, Дивеево, Большое Болдино, Семёнов, Городец, озеро Светлояр, Арзамас, Павлово, Казаково, Чкаловск, Балахна.

Во-вторых, развитие въездного и внутреннего туризма актуально в связи с перспективой вхождения городов Нижегородской области в маршрут «Большое золотое кольцо России». Часть маршрута повторяет путь движения Нижегородского ополчения 1612 года.

В-третьих, актуальность Программы обусловлена мировыми и общероссийскими положительными тенденциями развития въездного и внутреннего туризма как одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики и мультипликационным эффектом развития туризма, благодаря которому создаются рабочие места и повышается занятость населения.

В-четвертых, актуальность обусловлена конкуренцией со стороны регионов РФ. Опыт развития туризма в субъектах РФ показал эффективность финансирования программ, что способствовало увеличению бюджетов на их реализацию в 10 и более раз.

Задачи программы:

- увеличение туристского потока в Нижегородскую область;

- привлечение инвестиций на развитие материальной базы туриндустрии;

- развитие туристских центров Нижегородской области и формирование конкурентоспособного турпродукта.

В части совершенствования нормативно-правовой базы планируется усовершенствовать закон Нижегородской области «О туристской деятельности на территории Нижегородской области».

Разработать и реализовать ряд положений:

* о системе вспомогательного счета в туризме на территории Нижегородской области;
* о льготном кредитовании субъектов туриндустрии, направляющих средства на развитие въездного и внутреннего туризма;
* о порядке создания туристско-рекреационных зон и туристской деятельности на их территории;
* об использовании туристских ресурсов и регулировании деятельности гидов-экскурсоводов и гидов-проводников на территории области.

В целях формирования конкурентоспособного туристского продукта внедряется система кредитно-финансовой поддержки предприятий туриндустрии и субъектов предпринимательства в виде возмещения части процентной ставки по кредитам коммерческих банков направляемым на:

- приобретение комфортабельных автобусов и иных транспортных средств для перевозки туристов,

- создание сети сервисных комплексов, в каждом из которых будут: кафе, сувенирная лавка, туалеты, автосервис, автостоянка, информационно-справочная служба, дополнительно: гостиница, магазин автозапчастей и сопутствующих товаров, оздоровительный комплекс.

Планируется, что туристские сервисные комплексы будут располагаться на основных туристских маршрутах через каждые 50-70 км. На создание гостинично-туристских комплексов в крупных туристских центрах области (гостиниц туристского класса, кафе, сувенирных магазинов и т.д.), на развитие инфраструктуры объектов лечебно-рекреационной сферы и сферы дополнительных услуг.

В целях развития туристских центров области планируется развитие инженерной и дорожно-транспортной инфраструктуры, улучшение состояния и создание новых объектов показа на Северном и Южном кольце Нижегородской области.

Планируется, что туристические сервисные комплексы будут располагаться на основных туристских маршрутах через каждые 50-70 км.[24]

В числе новых уникальных объектов показа, которые строятся по программе развития туризма: музей "Золотая хохлома" в г. Семенове - солидное двухэтажное здание в стиле архитектуры купеческих городов XVIII-XIX вв., где будут не только экспозиции, посвященные знаменитым семеновским промыслам - золотой хохломе и семеновской матрешке, но и конференц-зал для проведения презентаций, помещения для проведения мастер-классов росписи матрешки, уютный салон-магазин. Сдача объекта - к 5-му фестивалю "Золотая хохлома", который пройдет во вторые выходные июня 2008 года.

В самом древнем городе области Городце будет построен новый музейно-туристический комплекс "Город мастеров", где будут представлены история и живые промыслы и ремесла городецкой земли: древняя городецкая золотная вышивка, городецкие роспись и резьба по дереву, лозоплетение и гончарное искусство, выпечка медовых пряников и др. Сам комплекс будет представлять собой своеобразный музей деревянного зодчества: деревянные домики будут построены в стиле княжеских теремов с элементами городецкой архитектуры и украшениями в виде различных видов домовой резьбы. Комплекс удачно расположен на набережной и будет виден для всех теплоходов, проходящих по Волге. Так что круизным туроператорам рекомендуем заранее побеспокоиться о посещении уникального чудо-города.

В числе интересных для развития въездного и внутреннего туризма еще несколько объектов: музейно-туристский комплекс "Мининская слобода" на родине организатора народного ополчения 1612 года Кузьмы Минина в г. Балахне, где кроме историко-краеведческих экспозиций будет работать соляной амбар с действующими шахтами по добыче соли, для гостей будут также проводить театрализованные представления, посвященные эпохе Смутного времени, славным страницам истории кораблестроения и изготовления знаменитых изразцов.

В селе Владимирское Воскресенского района, известном благодаря озеру Светлояр - уникальному памятнику природного и историко-культурного наследия федерального значения, овеянному легендой о граде Китеже, в 2012 году также будет строиться оптический театр. В театре можно будет увидеть ряд светооптических постановок, посвященных теме Китежской Руси и непосредственно самой легенде о граде Китеже, который сокрылсяпод водами Светлояра и стал невидимым, но звон колоколов которого праведные люди слышат и по сей день.

Растет популярность и традиционных центров туризма области: духовного центра Дивеево, где в Свято-Троицком соборе Серафимо-Дивеевского монастыря покоятся чудотворные мощи почитаемого русского святого Серафима Саровского; Арзамаса, известного благодаря детскому писателю Аркадию Гайдару и основателю первой провинциальной школы живописи Александру Ступину, воспитавшему целую плеяду талантливых художников. Не менее популярно и романтичное Большое Болдино, где за три недолгих осени Александром Сергеевичем Пушкиным было создано более 50 лучших произведений.

В числе новых популярных маршрутов - тур по восстановленным усадебным комплексам в Гагинском районе, например посещение усадьбы барона Жомини и родового имения Пашковых в селе Ветошкино. Для любителей экстремального туризма сегодня можно предложить посещение Музея горного дела, геологии и спелеологии, который расположен на уровне 70 метров под землей. Вас ждет знакомство с историей горного дела в Нижегородской области, уникальными коллекциям минералов, и все это в окружении белоснежного сверкающего гипса и подземных речушек.

В целях развития круизного туризма планируется развитие объектов круизной инфраструктуры в крупных туристских центрах области: Балахне, Чкаловске, Городце, Павлове, Макарьеве (проведение дноуглубительных, берегоукрепительных, ремонтных работ и благоустройство территории), а также содействие в реализации инвестиционного проекта по строительству в Нижегородской области круизных судов туристского типа.

В Сокольском районе на побережье Горьковского моря на площади 220 га планируется проектирование и создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа регионального уровня. В рамках зоны предлагается создать за счет привлечения средств инвесторов туристский комплекс в виде города из 10-15 отелей ориентировочно на 100 мест каждый; рестораны, бары, объекты рекреационной сферы, спа-центры и оздоровительные комплексы, развлекательные центры, яхт- и гольф-клубы, площадки для вертолетов, возможность принимать гидросамолеты, причал для круизных судов и прочие объекты.

Кроме того, на территории области расположены такие всемирно известные центры, как: Нижний Новгород - родина Максима Горького, древний купеческий город и деловая столица Поволжья; Балахна - родина Кузьмы Минина, организатора народного ополчения 1612 года, подвиг которого сегодня стал символом национальной идеи народного единства России; Чкаловск - родина великого летчика Валерия Чкалова, совершившего первый в мире беспосадочный перелет через Северный полюс, и родина знаменитого "горьковского гипюра".

Общий объем финансирования мероприятий программы развития туризма в 2012-2018 годах из средств областного бюджета составит предположительно 991 млн 299 тыс. руб., в том числе в 2012 году - 64 млн 740 тыс. руб

Средства программы «Развития въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2012-2018 годах» будут направлены на:

* возмещение части процентной ставки по кредитам, направляемым на развитие субъектов туристской индустрии – 15 %.
* развитие туристских центров: создание музейно-туристских комплексов и развитие инженерной инфраструктуры – 75,5 % .
* подготовка кадров и научное обеспечение развития туризма – 0,5%.
* маркетинг и PR турпродукта – 9 %.

В результате реализации мероприятий Программы:

- объем инвестиций в сферу туризма составит не менее 7 млрд. руб.;

- будет создано не менее 4 тыс. рабочих мест во вновь создаваемых и расширяющихся предприятиях туриндустрии и в смежных отраслях;

- рост доходов бюджета и внебюджетных фондов увеличится со 122 до 246 млн. руб. в год;

- туристский поток в область вырастет с 560 тыс. до 1,4 млн. российских граждан и с 40 до 100 тыс. иностранных граждан в год;

- количество коллективных средств размещения вырастет со 170 до 245, количество номеров увеличится минимум на 3 900 единиц

- приток иностранной валюты составит не менее 50 млн. долларов США, что будет способствовать выравниванию платежного баланса по экспорту и импорту туристских услуг.

Косвенным эффектом от реализации программы станет: снижение затрат государства, связанных с содержанием и трудоустройством безработных; сохранение традиционных народно-художественных промыслов и ремесел; сохранение объектов историко-культурного наследия и особо охраняемых природных территорий, используемых в туристских целях; увеличение объемов реализации местной сельхозпродукции.

В целях развития экологического туризма планируется создание инфраструктуры отдыха в рамках природных парков "Воскресенское Поветлужье", "Пустынские озера"; на рекреационной территории рядом с памятниками природы "Борнуковская пещера", "Ичалковский бор", "Вадское озеро" и др.

В связи с грядущими спортивными событиями, когда в страну ожидается массовый приток иностранцев, актуально стоит вопрос с гостиничным фондом.

Объем инвестиций на строительство одной гостиницы - 4-5 млн долларов, ориентировочный срок окупаемости проектов 5 лет. Также необходимо строительство средств размещения категории 2-3\* (мини-гостиниц туристского класса) в наиболее популярных туристических центрах Нижегородской области. В 2012 году в Нижнем Новгороде откроется не менее трех гостиниц, в 2013-м к ним прибавится еще порядка 10.

**3.3. Проект совершенствования отеля «Акватория»**

В соответствие с международной классификацией, отель «Акватория» не относится даже к категории 1 звезда. Вместе с тем, туристический рынок нижегородского региона имеет острую потребность в высококлассных гостиницах. Были случаи, когда представители мировой элиты отказывались от посещения нашего региона только по той причине, что им никто не смог предложить обслуживания на мировом уровне! Предстоящие события, такие как ЧМ по футболу 2018г., поставят потребность в элитной гостинице еще острее. В связи с этим, предлагаю полностью перестроить гостиницу под статус «5 звезд».

Общие требования к пятизвездочным гостиницам [9]

Основные требования:

♦ здание, имеющее оригинальное архитектурное решение, построенное по индивидуальному проекту; световая реклама с названием гостиницы и специальной художественной эмблемой;

♦ полностью благоустроенные подъездные пути и подходы к гостинице, а также двор и прилегающая территория (включая декоративное озеленение, художественные композиции, скульптуру и т.п.);

♦ крытые охраняемые стоянки для легковых автомобилей с зоной обслуживания; парковка автомобилей персоналом гостиницы, обеспеченность парковки 30 % автомобилей по отношению к количеству номеров в гостинице;

♦ собственный пляж;

♦ высококачественная гарнитурная мебель и художественно оформленные интерьеры.

Коммунальное оборудование здания:

♦ водопровод и канализация;

♦ горячее водоснабжение (круглосуточно);

♦ центральное отопление;

♦ кондиционирование воздуха во всех помещениях круглый год;

♦ повышенная звукоизоляция.

Общественные помещения (вестибюль с зонами приема, отдыха и ожидания, холлы на этажах):

♦ просторный вестибюль (из расчета не менее 0,8 кв. м на одно гостиничное место, но не более 70 кв. м совокупной площади);

♦ аудиовизуальная установка (телевизор, видеомагнитофон или кинопроектор);

♦ электронное информационное табло или дисплей;

♦ декоративное озеленение;

♦ художественные композиции;

♦ зоны для отдыха, оборудованные высококачественной гарнитурной мебелью.

Лифт при количестве этажей два и более:

♦ отдельный лифт для персонала и багажа;

♦ подъем и спуск с любого этажа круглосуточно с интервалом ожидания в пределах 30 с.

Информационные услуги:

♦ отделение связи;

♦ бизнес-центр (1—2 переговорные комнаты), офисы;

♦ телефакс, телекс, копировальные работы, компьютерный набор — интернет, электронная почта (предоставление по требованию);

♦ прямой выход в автоматическую международную телефонную систему;

♦ внешняя и внутренняя телефонная связь во всех номерах (в том числе с подразделениями обслуживания);

♦ международные таксофоны;

♦ киоск по продаже газет, журналов и другой полиграфической продукции;

♦ обеспечение вызова из номера соответствующего работника гостиницы;

♦ бюро обслуживания; безукоризненная организация службы бронирования гостиничных мест и приема.

Общественное питание:

♦ рестораны (европейской и национальной кухни), гриль-бар, ночной бар или ресторан с варьете, кафе (минимальное количество мест в ресторане к местам в гостинице 1:1);

♦ терраса или площадка для летней торговли.

Характеристика номерного фонда:

♦ все номера одно- и двухместные;

♦ наличие телевизора с дистанционным управлением, холодильника, мини-сейфа, мини-бара во всех номерах;

♦ наличие полного санузла (унитаз, умывальник, душ и ванна, все многокомнатные номера с биде) во всех номерах;

♦ площадь жилого помещения номеров: однокомнатного одноместного — не менее 14 кв. м, однокомнатного двухместного — 16— 20 кв. м), двухкомнатного — не менее 30 кв. м, трехкомнатного — не менее 55 кв. м.

В номерах обязательно должны быть:

♦ охранная и пожарная сигнализация;

♦ рекламная папка (буклеты, наклейки, справочники и другая информация о гостинице);

♦ предметы гостеприимства разового потребления в фирменном исполнении — туалетное мыло; набор банных принадлежностей (шампунь, шапочка и др.);

♦ махровый халат (в многокомнатных номерах);

♦ гигиенические пакеты, салфетки;

♦ туалетная бумага;

♦ фен в ванной комнате;

♦ телефон в ванной комнате;

♦ набор письменных принадлежностей (конверт, почтовая бумага, ручки и т.п.).

Торговое и бытовое обслуживание:

♦ парикмахерская улучшенного типа с женским и мужским залами, косметическим кабинетом, маникюром, педикюром;

♦ камера хранения; прием на хранение ценностей; поднос багажа;

♦ магазины или киоски по продаже сувениров, табачных, парфюмерных и других товаров.

Предоставление следующих услуг:

♦ ремонт и глажение одежды;

♦ ремонт и чистка обуви;

♦ информационный сигнал (телефонный звонок) клиенту в указанное им время;

♦ срочная стирка и химчистка в течение 12 ч;

♦ подача завтраков, обедов и ужинов в номер;

♦ вызов автомобиля;

♦ прокат легковых автомобилей, мойка и другое сервисное обслуживание автомобилей;

♦ собственный парт

♦ организация продажи транспортных билетов;

♦ заказ билетов в театры, кино и т.д.;

♦ прокат предметов культурно-бытового назначения;

♦ продажа цветов в вестибюле гостиницы и залах ресторана;

♦ бронирование столов в торговых залах ресторана;

♦ организация экскурсий;

♦ солярий;

♦ детские комнаты с квалифицированным персоналом, работающие не менее 12 ч в сутки.

Банковские услуги: Сбербанк и пункт обмена иностранной валюты, плата по кредитным карточкам.

Медицинский пункт с круглосуточным дежурством медперсонала, аптечный киоск (в гостиницах вместимостью не менее 1500 мест).

Культурно-спортивное обслуживание:

♦ киноконцертный зал для организации культурных мероприятий и конференций, оборудованный для синхронного перевода не менее чем на 4 языка, с помещениями для секционных заседаний (3—4 по 100—150 мест), экспозиционный зал (салон) для организации выставок и т.п.;

♦ бар-ресторан;

♦ кегельбан;

♦ бильярдная;

♦ спортивный зал, сауна с баром;

♦ массажные кабинеты;

♦ плавательный бассейн;

♦ оборудованный пляж;

♦ спортивные площадки;

♦ теннисный корт (летний).

Деление гостиничных предприятий на категории предполагает определенные требования и различный набор услуг. Естественно, что гостиницы высших категорий предоставляют гостям более комфортабельные номера и больший набор услуг. Среди них могут быть и услуги, на осуществление которых необходима лицензия (например, медицинские или транспортные услуги); в этом случае администрация гостиницы обязана ее получить.

Помимо найма нового персонала для оказания вышеуказанных дополнительных услуг (120 чел.) отелю необходимо создать отдел продаж услуг для обеспечения полной загрузки мощностей и скорейшей окупаемости проекта. Этот отдел будет состоять из 3 человек.

После реконструкции отеля номерной фонд составит 70 номеров, 45 одноместных, 25 двухместных.

Расходы на строительство и отделку (вместе с архитектурным проектом) под ключ – 130 000 000 руб.

Расходы техническое оснащение комплекса – 80 000 000 руб.

Расходы на обучение персонала и найм дополнительного персонала в год – 42 000 000 руб.

Текущие расходы на содержание пятизвездочного отеля в год 182 500 000 руб.

Итого расходы в первый год – 434 500 000 руб.

Стоимость размещения в сутки – 10 000 руб. одноместный номер, 18 000 руб. – двухместный номер.

Доход от максимальной загрузки в сутки = 450 000 от одноместных номеров + 450 000 от двухместных = 900 000 руб.

Доходы от дополнительных услуг – в среднем 5000 руб. в сутки с номера. Итого доходы от дополнительных услуг в сутки 350 000 руб.

Общий доход в сутки 1 250 000 руб, в год 456 250 000.

Проект реконструкции отеля уже окупиться в первый год, прибыль уже в первый год составит 21 750 000.

Основным методом оценки эффективности внедрения решения является расчет коэффициента окупаемости инвестиций (ROI, return on investment).

Формула расчета ROI выглядит следующим образом:

Р

ROI = ------- х 100%

Z

где Р – доход, полученный компанией, руб.;

Z – затраты на реализацию проекта, руб.

456 250 000

В данном проекте ROI = ------------------ х 100% = 105%

434 500 000

Такое значение ROI говорит о высокой инвестиционной привлекательности проекта.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, рост занятости и повышение благосостояния населения страны. В настоящее время туризм является одним из важных направлений, влияющих на рост экономики, в том числе на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги туристских компаний, коллективные средства размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной и иной продукции, питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли, тем самым выступая катализатором социально-экономического развития регионов Российской Федерации.

Российская Федерация обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. На ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события. Во многих регионах представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов и комплексов, пользующихся большой популярностью у российских и иностранных туристов. Дальнейшее развитие указанных объектов и комплексов невозможно без создания необходимой обеспечивающей инфраструктуры.

Наличие разнообразных туристско-рекреационных ресурсов страны позволяет развивать практически все виды туризма, в том числе рекреационный (пляжный), культурно-познавательный, деловой, активный, оздоровительный и экологический туризм, а также морские и речные круизы, сельский туризм и др.

Важнейшим конкурентным преимуществом туристской отрасли Российской Федерации является историко-культурное наследие. На поездки с культурно-познавательными целями приходится около 20 процентов внутреннего туристского потока. Центральный и Северо-Западный федеральные округа - это центр культурно-познавательного туризма страны. В 2009 году количество туристов, совершивших путешествия с культурно-познавательными целями, составило порядка 5,64 млн. человек. Большие потенциальные возможности для развития культурно-познавательного туризма есть в отдельных регионах Южного, Приволжского, Сибирского и Дальневосточного федеральных округов. Основным сдерживающим фактором для указанного вида туризма является неудовлетворительное состояние дорожно-транспортной и другой туристской инфраструктуры большинства перспективных с точки зрения культурно-познавательного туризма регионов. Развитие такого вида туризма позволит привлечь дополнительно более 6 млн. российских и иностранных туристов.

Развитие делового туризма (бизнес-туризм, конгресс-туризм и др.) представляет особый интерес для России. В настоящее время около 70 процентов общего объема поездок с деловыми целями приходится на Центральный и Северо-Западный федеральные округа. В то же время стабильно растет деловая активность в других федеральных округах. Строительство новых и модернизация существующих предприятий в различных отраслях экономики, а также увеличение доли на российском рынке иностранных компаний будут определять дальнейший рост делового туризма в большинстве городов-мегаполисов, что потребует строительства современных бизнес- и конгресс-центров, а также увеличения выставочных площадей. Развитие указанного вида туризма позволит привлечь дополнительно более 5 млн. человек.

В России существует большой потенциал для развития различных видов активного туризма - горнолыжного, пешеходного, водного, горного, парусного, конного, велотуризма, экстремального туризма и др. В то время как некоторые регионы Южного, Северо-Кавказского, Уральского, Сибирского, Приволжского и Дальневосточного федеральных округов в настоящее время уже являются крупными горнолыжными курортами, другие - обладают большими перспективами с точки зрения развития активного туризма. Растущий спрос на активный отдых позволяет прогнозировать дальнейшее интенсивное развитие горнолыжного и других видов активного туризма. Потенциальное увеличение количества туристов, увлекающихся такими видами отдыха, оценивается в 2,5 млн. человек.

Оздоровительный туризм пользуется традиционно высоким спросом в России и является наиболее значимым для сохранения здоровья, повышения уровня и качества жизни граждан. Традиционные оздоровительные методики поддерживаются в ряде регионов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, известных своими уникальными природно-климатическими ресурсами. Перспективными для развития этого вида туризма также являются регионы Приволжского федерального округа. Природные оздоровительные ресурсы страны потенциально могут привлечь дополнительно более 2 млн. туристов.

Богатое природное наследие, разнообразие флоры и фауны представляют уникальные возможности для развития экологического туризма в России. В настоящее время его доля в общей структуре российского туристского рынка незначительна (около 1 процента). Серьезным ограничением для развития указанного вида туризма является высокая чувствительность многих экосистем Российской Федерации к антропогенным воздействиям. Основные регионы развития экологического туризма в России сосредоточены в Дальневосточном, Приволжском, Уральском, Северо-Западном, Северо-Кавказском и Южном федеральных округах. Большой потенциал имеют регионы Центрального и Сибирского федеральных округов. При создании и улучшении условий для развития экологического туризма в перспективных регионах (в том числе обеспечение новых привлекательных маршрутов соответствующей туристской инфраструктурой) и соблюдении требований к охране окружающей среды это направление туризма может обеспечить дополнительный туристский поток свыше 0,3 млн. человек.

Одним из наиболее популярных и динамично развивающихся видов путешествий являются морские и речные круизы. По водным акваториям страны курсируют более 100 теплоходов вместимостью 150 - 300 человек. Круизный туризм в большей степени развит в Центральном, Северо-Западном, Приволжском и Южном федеральных округах. Перспективными регионами для развития круизного туризма являются Сибирский и Дальневосточный федеральные округа. Рынок круизов неразрывно связан с культурно-познавательным туризмом. Круизный туризм всегда был и остается востребованным как среди иностранных, так и среди российских туристов. Вместе с тем его рост в настоящее время ограничивается проблемами изношенности судов и инфраструктуры причальных сооружений, а также наличием участков на внутренних водных путях, где проход судов круизного класса затруднен. Развитие такого вида туризма позволит привлечь дополнительно 1 млн. российских и иностранных путешественников.

В то же время в международном рейтинге конкурентоспособности стран в туристском секторе, опубликованном Всемирным экономическим форумом в марте 2009 года, Россия заняла лишь 59 место из 133 стран, при этом природные богатства нашей страны оцениваются на 5 месте, а объекты культурного наследия - на 9.

Таким образом, при решении ключевых проблем отрасли и создании благоприятных условий для ее развития потенциально к 2020 году Российская Федерация может войти в первую десятку стран - самых популярных направлений туризма.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ**

Неопубликованные

1. Устав отеля «Акватория»

2. Бухгалтерская отчетность отеля «Акватория»

Опубликованные

Учебники

3. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

4. Балабанов В.С. Экономика туризма / В.С. Балабанов. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 120 с.

5. Биржаков, М. Б. Введение в туризм: Учебник / М. Б. Биржаков. - 7-е изд., переработанное и дополненное. – СПб.: «Невский Фонд» – «Издательский дом Герда», 2004. – 448 с.

6. Волошин Н. И. Правовое регулирование туристской деятельности / Н.И. Волошин. - М.: РМАТ, 2010. - 137 с.

7. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.

8. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / В.Г. Гуляев. - М.: НОЛИДЖ, 2000. - 312 с.

9. Ефремова М.В. Организационно-экономические основы развития туризма в России: Монография / М.В. Ефремова. – Н. Новгород: Издательство Нижегородского госуниверситета, 2004. – 317 с.

10. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. - Мн.: ООО "Новое знание", 2000. – 310 с.

11. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма: Учеб. пособие / А. Д. Каурова. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 320 с.

12. Ляпина, И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. образования/ И.Ю. Ляпина. – 2 – е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 208 с.

13. Чудновский, А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. – М.: ЭКМОС, 2000. – 317 с.

Периодические издания

14. «Ведомости» от 18.09.2011 г. – 12 с.

15. «Деньги» № 2 2011 г. -76 с.

16. «Коммерсантъ» от 23.04.2011 г. – 21 с.

17. «Наши деньги» №6 2011 г. – 120с.

18. «Нижегородская правда» № 7 2011 г. - 24 с.

19. «Эксперт» № 5 2011 г. – 86 с.

20. Информационная брошюра клубного отеля «Акватория»

Интернет ресурсы

21. Аналитический ресурс, режим доступа [web: http://www.rbc.ru/analityc]

22. Информационно-аналитическое интернет-издание режим доступа [web: http://www.pravda.ru]

23. Бизнес аналитика, режим доступа [web: http://www.businessanalytica.ru]

24. Официальный сайт Правительства Нижегородской области, режим доступа [web: http:// government-nnov.ru]

25. Официальный сайт Правительства Российской Федерации, режим доступа [web: http:// government.ru]

26. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики, режим доступа [web: http:// gks.ru]

Приложение 28

УВАЖАЕМЫЕ НИЖЕГОРОДЦЫ!

*1. В какую туристическую фирму Вы обращались (если более одного раза, то укажите количество обращений)?*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

2. При организации путешествий всегда ли Вы пользуетесь услугами турфирм?

1. да
2. нет

*3. Укажите наиболее значимые факторы при выборе турфирмы:*

1. имидж турфирмы;
2. низкие цены;
3. широкий ассортимент предлагаемых услуг;
4. удобное месторасположение.

*4. Куда бы Вы хотели отправиться в ближайшее время?*

1. в Нижегородскую область;
2. в другие города России;
3. за границу.

*5. Какой вид туризма Вы предпочитаете (один вариант ответа)?*

1. отдых;
2. познавательный;
3. спортивный;
4. лечебно-оздоровительный;
5. деловой;
6. шоп-туры.

*6. Какая продолжительность путевки для Вас наиболее оптимальна?*

1. 2-3 дня;
2. 4-7 дней;
3. 7-14 дней;
4. 15-21 день;
5. 21-30 дней;
6. более 30 дней.

*7. Какой способ передвижения Вам подходит больше всего (один вариант ответа)?*

1. авиаперелет;
2. автобусный тур;
3. морские и речные круизы;
4. железнодорожный транспорт;
5. собственный автомобиль;
6. активный (пешеходный, вело-, байдарки и т. п.).

*8. Какие услуги по размещению для Вас привлекательнее?*

1. стандартный номер в гостинице;
2. полулюкс;
3. люкс;
4. номер типа апартаменты;
5. летние домики.

*9. Отдыхали ли Вы в Нижегородской области?*

1. да
2. нет

*10. Почему Вы выбрали (не выбрали) Нижегородскую область?*

|  |  |
| --- | --- |
| *Выбрали:* | *Не выбрали:* |
| 1. более дешево 2. отсутствие туристских формальностей 3. оптимальное соотношение цены и качества 4. ностальгия 5. интересует культура Нижегородской области 6. другое | 1. не интересно 2. низкий уровень обслуживания 3. больше интересует культура других городов 4. высокие цены по сравнению со стоимостью зарубежных туров 5. другое |

*11. В каком месте Нижегородской области Вы отдыхали?*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*12. Как часто Вы отдыхаете в Нижегородской области?*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*13. Если Вы проводите свой отпуск в Нижегородской области, то что выбираете:*

1. база отдыха;
2. санатории, пансионаты с лечением;
3. автобусные экскурсии;
4. экскурсии на речном транспорте.

*14. Понравилось ли Вам отдыхать в Нижегородской области?*

1. да
2. нет

*15. Если были недостатки, укажите их:*

1. плохое питание;
2. плохие условия проживания;
3. отсутствие дополнительных услуг;
4. высокие цены;
5. низкий уровень обслуживания.

*16. С кем Вы предпочитаете отдыхать?*

1. один;
2. вдвоем;
3. с семьей;
4. компанией.

*17. Сколько раз Вы отдыхали за границей?*

1. ни разу;
2. один раз;
3. два раза;
4. более двух раз.

*18. Сколько денег Вы готовы потратить на путевку?*

1. до 100 $;
2. до 200 $;
3. до 300 $;
4. до 400 $;
5. до 500 $;
6. до 600 $;
7. до 1000 $;
8. более 1000 $.

*19. При ограничении средств что Вы купите в первую очередь (один вариант ответа)?*

1. недвижимость;
2. автомобиль;
3. драгоценности;
4. туристскую путевку.

*А теперь несколько слов о себе:*

Пол:

1. мужской
2. женский

Возраст:

1. до 20 лет;
2. 20-30 лет;
3. 30-40 лет;
4. 40-50 лет;
5. более 50 лет.

*Ваше семейное положение:*

1. холост (не замужем)
2. женат (замужем)

*Вы являетесь жителем:*

1. Нижнего Новгорода;
2. Нижегородской области;
3. других городов.

*Ваш род занятий:*

1. руководитель;
2. предприниматель;
3. служащий;
4. домохозяйка;
5. студент;
6. другое*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Уровень Вашего ежемесячного дохода:*

1. до 50 $;
2. до 100 $;
3. до 200 $;
4. до 400 $;
5. до 800 $;
6. более 800 $.

*Благодарим Вас за сотрудничество!*

*Приятного Вам отдыха!*

АНКЕТА

С целью изучения региональных особенностей развития туристического рынка в Нижнем Новгороде просим Вас ответить на вопросы данной анкеты.

1. *Какие нижегородские турфирмы, на Ваш взгляд, пользуются наибольшей популярностью?*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. *Какова, по Вашему мнению, доля туристских потоков по отдельным направлениям путешествий?*

1. за границу;
2. поездки по России;
3. отдых в Нижегородской области.

3. *Какие факторы наиболее значимы при выборе туристских услуг?*

1. цена;
2. качество;
3. ассортимент;
4. удобное месторасположение;
5. квалификация персонала;
6. имидж турфирмы.

4. *Какое направление туризма в Вашей турфирме является наиболее приоритетным?*

1. Турция;
2. Испания;
3. Кипр;
4. Греция;
5. Финляндия;
6. Италия;
7. Франция;
8. Болгария;
9. Египет;
10. Хорватия;
11. Великобритания;
12. Португалия;
13. Чехия;
14. Германия;
15. Мальта;
16. Тунис;
17. Украина;
18. Россия;
19. Нижегородская область.

5. *Какие направления путешествий пользуются популярностью у нижегородских туристов?*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Поездки за границу | Отдых в городах России | Отдых в Нижегородской области |
| Турция | Москва, Подмосковье | Арзамас |
| Испания | Санкт-Петербург | Балахна |
| Кипр | Пермская область | Болдино |
| Италия | Алтайский край | Васильсурск |
| Болгария | Кавказские Мин. воды | Ветлуга |
| Франция | Краснодарский край | Выкса |
| Хорватия | Калининградская область | Городец |
| Греция | Карелия | Дивеево |
| Египет | Мордовия | Зеленый город |
| Чехия | Волгоградская область | Керженец |
| Тунис | Ейск | Лысково |
| Германия | Другое | Саров |
| Финляндия |  | Семенов |
| Португалия |  | Сергач |
| Великобритания |  | Другое |
| Украина |  |  |

6. *Какие цены на туристские услуги наиболее приемлемы для нижегородских туристов (в долларах США):*

1. до 50;
2. до 100;
3. до 200;
4. до 300;
5. до 400;
6. до 500;
7. до 600;
8. до 1000;
9. более 1000.

7. *Как, по Вашему мнению, изменится спрос нижегородских туристов в ближайшие 1-2 года?*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Показатели* | *Изменение спроса, %* | | | | | | | | | | |
| *Снизится на:* | | | | | *Не изме-нится* | *Возрастет на:* | | | | |
| *10-20%* | *20-30%* | *30-40%* | *40-50%* | *Более 50%* | *10-20%* | *20-30%* | *30-40%* | *40-50%* | *Более 50%* |
| 1. Направления | | | | | | | | | | | |
| Турция |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Испания |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Кипр |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Италия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Болгария |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Франция |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Хорватия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Египет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Чехия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Россия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в том числе Нижегородская область |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.Длительность отдыха | | | | | | | | | | | |
| 2-3 дня |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4-7 дней |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7-14 дней |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15-21 день |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21-30 дней |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| более 30 дней |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.Условия проживания | | | | | | | | | | | |
| Стандартный номер |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Полулюкс |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Люкс |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Номер типа апартаменты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Летние домики |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. Транспортные услуги | | | | | | | | | | | |
| Авиаперелет |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Железнодорожный транспорт |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Водный транспорт |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Автомобильный транспорт |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

8. *Назовите слабые стороны отдыха в Нижегородской области:*

1. низкий уровень сервиса;
2. высокие цены;
3. плохие условия проживания;
4. отсутствие дополнительных услуг;
5. плохое питание.

9. *Укажите причины недостаточного развития въездного туризма в Нижегородском регионе:*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10. *Укажите первоочередные направления повышения качества туристских услуг в Нижегородском регионе:*

1. строительство гостиниц;
2. строительство пансионатов;
3. разнообразие предлагаемых услуг;
4. строительство аквапарка;
5. строительство Дисней-парка;
6. реконструкция музеев, памятников культуры и искусства;
7. улучшение качества дорог;
8. повышение квалификации персонала;
9. охрана окружающей среды.

*Благодарим за сотрудничество!*