УДК 321.015 DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-6-191-200

# РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ВЕКТОР РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕГИОНАХ

***Карлов А.Н., Богатырёв Р.А[1].***

***Аннотация.*** Туристская отрасль является важным элементом социально-экономического развития регионов нашего государства на современном этапе. В этой связи необходимо определить приоритетные направления реализации туристского потенциала в Российской Федерации.

*Цель статьи* – проведение анализа перспектив достижения целевых показателей увеличения внутренних и въездных потоков в регионах России.

Авторами структурированы основные проблемы и барьеры развития туризма в России. Акцентируется внимание на развитии автомобильного туризма и необходимости создания условий для этого, включающие инструменты правовой поддержки, развития сервисной инфраструктуры, льготного кредитования, разработки специальных маршрутов и сопровождающиеся коммуникационным сопровождением в средствах массовой коммуникации.

*В результате исследования* выяснено, что с утверждением национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и выделением Федерального агентства по туризму в самостоятельный орган исполнительной власти, имеющий необходимые полномочия в области регулирования и развития туризма, туристская отрасль приобрела стратегический характер. В этой связи необходима увязка приоритетных задач Стратегии с положениями национального проекта и региональными программами развития туризма.

***Ключевые слова:*** туризм, стратегия, туристский потенциал, бюджет, туристские потоки.

*Карлов Александр Николаевич* – аспирант кафедры менеджмента и государственного управления Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б-р Победы, д. 5а, e-mail: karlovan785@rambler.ru

*Богатырёв Роман Автандилович* – аспирант кафедры социологии и информационных технологий Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б-р Победы, д. 5а, e-mail: rbogatyrev57@yandex.ru

# DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION AS A VECTOR FOR REALIZING THE TOURIST POTENTIAL IN THE REGIONS

**KARLOV A. N.** – Postgraduate student of the Department of Management and Public Administration, Central Russian Institute of Management, Branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e-mail: karlovan785@rambler.ru

**BOGATYREV R. A.** – Postgraduate student of the Department of Sociology and Information Technologies, Central Russian Institute of Management, Branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e-mail: rbogatyrev57@yandex.ru

***Abstract.*** The tourism industry is an important element of the socio-economic development of the regions of our state at the present stage. In this regard, it is necessary to determine the priority areas for the implementation of the tourist potential in the Russian Federation.

The purpose of the article is to analyze the prospects for achieving the target indicators of increasing internal and incoming flows in the regions of Russia.

The authors structured the main problems and barriers to the development of tourism in Russia. Attention is focused on the development of automobile tourism and the need to create conditions for this, including legal support tools, the development of service infrastructure, concessional lending, the development of special routes and accompanied by communication support in the mass media.

As a result of the study, it was found that with the approval of the national project "Tourism and the hospitality industry" and the separation of the Federal Agency for Tourism into an independent executive body with the necessary powers in the field of regulation and development of tourism, the tourism industry has acquired a strategic character. In this regard, it is necessary to link the priority tasks of the Strategy with the provisions of the national project and regional programs for tourism development.

***Keywords***: tourism, strategy, tourist potential, budget, tourist flows.

## Введение

Туристская отрасль является одной из самых развивающихся отраслей экономики в Российской Федерации, объединяющей деятельность более полумиллиона человек. Работа отрасли регламентируется рядом законодательных и нормативно-правовых актов, в которых устанавливаются цели, задачи и основные направления развития туризма в России. Параллельно с законодательными актами разрабатываются элементы стратегического развития туриндустрии. Так, с 1 января 2020 г. в России началась реализация «Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.». Данный документ предполагает

увеличение туристского рынка в России в 2 раза по всем приоритетным направлениям и видам туризма. Реализация намеченных государством целей и задач позволит увеличить вклад туризма в ВВП страны с 3,8% в 2018 г. до 5% в 2035 г.

Правительством РФ в Стратегии были поставлены весьма амбициозные целевые показатели развития туризма до 2035 г., которые направлены на увеличение объёма туристской индустрии почти в 5 раз, а также на наращивание более чем в 2 раза внутренних турпотоков[1]. Отметим, что количество внутренних туристов в России в 2018 г. составило более 60 млн. чел. против 42 млн. россиян, выехавших с туристскими целями за рубеж, потративших там почти 40 млрд. долл.[2].

Также запланировано вхождение России в десятку наиболее посещаемых иностранными туристами стран. Несмотря на то, что РФ в 2018 г. продемонстрировала высокие показатели по въездному туризму и заняла 16 строчку в рейтинге самых посещаемых стран мира с 24,6 млн. въехавших путешественников, в Стратегии запланировано увеличение доходов от экспорта туруслуг в 3 раза[3]. К сожалению, в Стратегии не отражены планы по количеству въездов иностранных граждан на территорию страны, что не позволяет в полной мере оценить данную статью доходов. Статья экспорта туристских услуг косвенно отражает данные планы.

Как видно из данных показателей, туристское сальдо России продолжает оставаться отрицательным, что побуждает Ростуризм предпринимать меры по переориентированию турпотоков на внутренний рынок.

В процессе исследования нами структурированы основные проблемы и барьеры развития туризма в России, что структурировано на рис. 1.

Прежде чем провести анализ запланированных мер по увеличению конкурентоспособности туристского рынка в регионах РФ, обратим внимание, что в Стратегии появилось несколько туристских терминов, ранее не встречавшихся в федеральных нормативно-правовых документах.

В частности, появилось новое направление туристской деятельности – автотуризм[4]. Включение в Стратегию данного направления свидетельствует о новом векторе развития туризма, предполагающем необходимость создания дорожной и придорожной инфраструктуры в России, что создаст необходимые условия для формирования устойчивых внутренних потоков автотуристов.

---

[1] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. – С. 12.

[2] Там же. – С. 9.

[3] Абакумов С.Н. Экономический эффект международного туризма в РФ на основе статистических данных Всемирной туристской организации // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – № 2 (65). – С. 39.

[4] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. – С. 1.

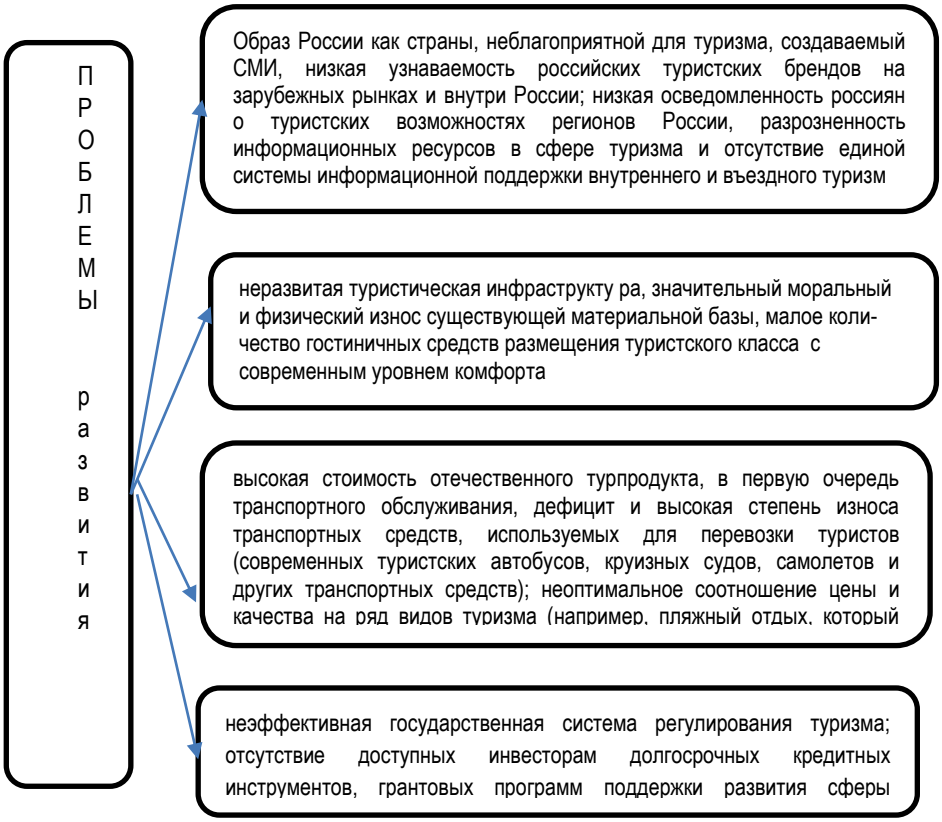



Рисунок 1 – Проблемы развития туризма в России
Figure 1 – Problems of tourism development in Russia

В настоящее время в России практически не осуществляется статистический подсчёт туристов, путешествующих на собственном или арендованном автомобиле. Это не позволяет представить реальную картину внутренних турпотоков, поскольку значительная часть таких туристов останавливается у своих родственников, друзей и знакомых и совершает однодневные поездки в местности, отличные от обычного проживания. Тем не менее не вызывает сомнений необходимость использования следующих инструментов для создания условий развития автомобильного туризма: правовой поддержки, развития сервисной инфраструктуры, льготного кредитования, разработки специальных маршрутов и сопровождающиеся коммуникационным сопровождением в средствах массовой коммуникации.

В Стратегии отмечено приоритетное развитие инфраструктуры автомобильных пунктов пропуска через Госграницу и внедрение мер упрощённого таможенного оформления на наиболее значимых направлениях развития автотуризма. В то же

время конкретные задачи по развитию внутреннего автотуризма, за исключением строительства и улучшения качества автодорог, в Стратегии не ставятся[1]. Формирование действующей системы статистического подсчёта автотуристов позволит уже сейчас представить совсем другую, вполне реальную картину развития внутренних турпотоков в России.

По мнению Правительства РФ, развитию туристского потенциала в стране будут способствовать создание качественной магистральной инфраструктуры и развитие транспортной доступности, увеличение инвестиционной привлекательности, повышение уровня туристского сервиса и качества профессиональной подготовки кадров, развитие цифровых технологий продвижения и реализации туристского продукта, инновационных средств навигации, компьютерных технологий формирования турпродукта и др. мероприятия[2].

Ещё одним новым понятием, вошедшим в Стратегию и которое не использовалось ранее в официальных нормативных документах, регулирующих сферу туризма, стало «мастер-план развития туристской территории» (мастер-план). Согласно основным положениям документа, «мастер-план» является комплексом материалов, используемых для проектного развития туристской дестинации, который может являться как и самостоятельным документом, регламентирующим стратегию развития туризма, так и региональным или муниципальным сегментом общей политики по развитию туризма[3].

При дальнейшем анализе данного понятия на основе Стратегии становится ясно, что мастер-план – это своего рода генеральный туристский план, на котором должны быть схематично отображены основные точки притяжения, объекты туристской инфраструктуры, в том числе и планируемые к строительству, и иные объекты туристского характера. Такая картосхема должна быть создана туристскими центрами и регионами, которые рассчитывают на государственную финансовую поддержку туротрасли. Мастер-план развития туристской территории будет являться неотъемлемой частью заявки на включение турзоны или региона в государственную или федеральную программу, а также для получения преференций по налогам.

Наряду с мастер-планом Стратегия включает понятие плана развития туристской территории. Такой план состоит из целого ряда взаимосвязанных документов и мероприятий: концепции туристского продукта, инвестиционных проектов, мастер-плана, проектов развития транспортной инфраструктуры и др.

---

[1] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. –С. 40.

[2] Там же. – С. 11.

[3] Там же. – С. 5.

Таким образом, если ранее под каждый конкретный запрос и для включения региона в федеральные программы требовалась конкретная проектная документация, то, согласно Стратегии, проектная туристская деятельность в регионах должна увязываться с задачами, которые заранее определяются планом развития туристской территории и мастер-планом. Данные документы не являются статичными и изменяются во времени, согласно приоритетам регионов.

Обратим также внимание на ещё один любопытный термин – «туристский маркетплейс», который является фактически онлайн-платформой по продвижению и продаже туристских продуктов и услуг. Фактически это туристский портал, который является посредником между покупателями и продавцами турпродукта. При этом на данном портале представляется возможность приобретения товаров и услуг различных производителей и продавцов, что обуславливает его отличие от интернет-магазина. Под такой информационной системой можно понимать интернет-портал туристско-информационного центра региона, который снабжён так называемым конструктором туров или сервисом по подбору и покупке в онлайн-режиме, позволяющим формировать и самостоятельно бронировать пакеты услуг или отдельные турпродукты, представленные на данном портале региональными поставщиками.

Далее в Стратегии туристский маркетплейс упоминается лишь один раз как одно из решений для формирования единого интернет-портала для формирования клиентского опыта, взаимосвязанного с внешними источниками данных. Главная задача такого портала – развитие системы продвижения российского турпродукта[1]. Из данного достаточно лаконичного описания платформы в Стратегии слабо понятно, что это за инструмент и каким образом он позволит усилить конкурентоспособность турпродукта РФ и продвинуть его на зарубежные рынки. В настоящее время уже действует официальный туристский портал России «Russia-Travel», который можно усилить конструктором туров и поисковиком. Однако решит ли это проблему въездного туризма – большой вопрос.

В Стратегии выделено 6 приоритетных туристских направлений, для развития которых потребуются особые меры господдержки и преодоление соответствующих административных барьеров, экономических и социальных проблем. К этим направлениям документ относит несколько видов туризма, которые касаются основных социальных групп населения Российской Федерации и решают ряд стратегических экономических проблем.

Основной задачей в развитии детского туризма является увеличение количества детей, отдохнувших в детских оздоровительных лагерях до 10 млн

[1] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. – С. 49.

человек. Эта цифра выглядит весьма амбициозно, если учесть, что в 2019 г. в РФ в лагерях отдохнуло около 5,8 млн. детей при общей цифре проживающих в стране несовершеннолетних в 19 млн.[1].

Обратим внимание, что в Стратегии не выделяется в приоритетное направление молодёжный туризм, который традиционно отделяют от детского. В документе молодёжный туризм практически не упоминается. Единственная мера, направленная на развитие данного вида туристской деятельности, связана с развитием дисконтных систем на туруслуги для молодых людей.

В качестве инструментов развития культурно-познавательного туризма в Стратегии выделяется несколько приоритетных задач, среди которых стоит выделить цифровизацию системы предоставления туристских услуг, а также разработку мер поддержки народных промыслов и региональных туристских брендов. Важно отметить необходимость реставрации объектов культурного наследия, для чего в документе предлагается разработать меры по компенсации затрат на реставрационные работы хозяйствующим субъектам[2]. Это особенно важно в свете систематического дефицита региональных средств на сохранение объектов культурного наследия. К сожалению, в Стратегии не указаны конкретные целевые показатели развития культурно-познавательного туризма, в отличие от других направлений отрасли, что косвенно говорит о невысоком интересе к нему Ростуризма. Возможно, это связано с тем, что сфера культуры в полном объёме регулируется профильным министерством и целевые показатели посещения музеев, кинотеатров и иных учреждений культуры находятся в ведении Министерства культуры.

Одним из приоритетов развития туризма в регионах является строительство современной обеспечивающей туристской инфраструктуры: кемпинги, зоны отдыха, парковки для транспорта и т.п. Для этого сформированы соответствующие механизмы государственной поддержки развития туристских территорий.

В 2020 г. такая поддержка выразилась в проведении первого грантового конкурса на предоставление субсидий для финансирования туристских проектов коммерческих и некоммерческих организаций, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма. Общая сумма, выделенная на субсидии, составила 1,2 млрд. руб. На эти средства в стране будут построены глэмпинги, автокемпинги и созданы новые туристские маршруты[3].

---

[1] Меркулов П.А., Ливцов В.А., Абакумов С.Н. Направления совершенствования правового регулирования туристской деятельности в целях стимулирования молодёжного туризма. – Орёл, 2020. – С. 120.

[2] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. – С. 17.

[3] Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Объявлены победители конкурса на получение грантов для развития туризма [Электронный ресурс]. – URL: https://tourism.gov.ru/news/16973/ (дата обращения: 12.09.2020).

Помимо этого в 2020 г. был проведён первый в истории Всероссийский профессиональный конкурс «Мастера гостеприимства», базой реализации которого стала АНО «Россия – страна возможностей», платформа, реализующая ряд кадровых конкурсов на территории Российской Федерации. Основными задачами конкурса, реализация которого пришлась на разгар пандемии, стали поиск и выявление талантливых управленцев в сфере туриндустрии, реализация региональных программ по развитию туризма, финансовая и административная поддержка туристских проектов, направленных на развитие внутреннего туризма. Ростуризм, выступив партнёром конкурса, взял на акселерацию ряд проектов, которые направлены как раз на развитие регионального сегмента туристской отрасли, а часть победителей конкурса получили возможность повысить свои знания на международном уровне для дальнейшей работы в России.

Необходимо отметить, что в рамках вышеупомянутой Стратегии выделены отдельные приоритетные направления развития и виды туристской деятельности в России:

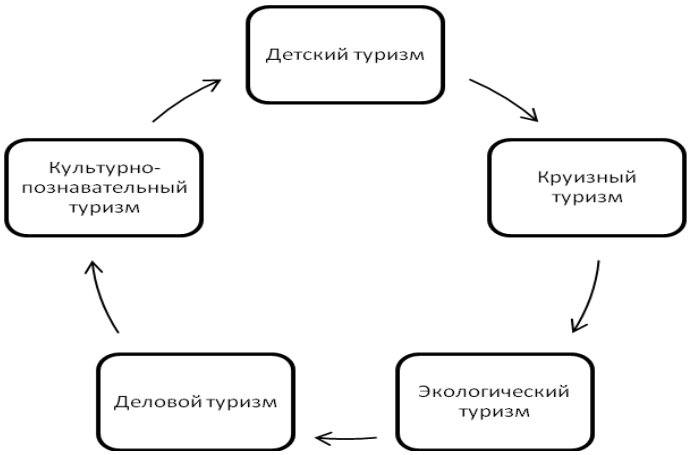



Рисунок 2 – Приоритетные и перспективные сферы развития туристской деятельности в России

Figure 2 – Priority and promising areas for the development of tourism in Russia

На современном этапе динамика развития отрасли показывает рост ряда показателей, которые могли быть достигнуты исключительно благодаря ряду ключевых инструментов. К ним можно отнести работу по формированию актуального турпродукта, который сможет конкурировать с другими продуктами на рынке, проектную работу по благоустройству и развитию туристских территорий, развитие системы транспортной инфраструктуры. Отдельно необходимо отметить

такой ключевой инструмент, как кадры и образование. Активную работу по повышению квалификации и подготовке кадров сферы туриндустрии проводит Российский государственный университет туризма и сервиса. В 2020 году на бесплатных курсах повышения квалификации, проводимых учебным заведением, было обучено более 500 специалистов сферы туриндустрии, около 30 из них получили возможность обучиться на программе профессиональной переподготовки, связанной с аналитической и экспертной деятельностью.

**Заключение**

Таким образом, настоящая Стратегия включает в себя ключевые элементы системного развития внутреннего туризма в регионах РФ, которые помогут усилить региональное присутствие на туристском рынке страны.

Важнейшим стимулом для дальнейшего развития туризма в стране станет реализация Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», который будет принят в ближайшее время и рассчитан на 2021–2030 гг. Проект позволит создать новые рабочие места, снизить стоимость внутренних путешествий и расширить географию отдыха по России. Общая сумма средств, выделенных на его реализацию из Федерального бюджета, составит не менее 542 млрд. руб.[1] [4]. В рамках трёх федеральных программ, которые станут частями нацпроекта, предполагается увеличить в разы количество граждан, отдыхающих в России, обновить номерной фонд гостиниц и санаториев, количество туристских информационных центров и целого ряда других показателей. При этом вливание значительных объёмов денежных средств в рамках реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» позволит достигнуть ключевых показателей и целевых индикаторов индустрии туризма в стране.

### *Библиография/References:*

1. Меркулов П.А., Ливцов В.А., Абакумов С.Н. Направления совершенствования правового регулирования туристской деятельности в целях стимулирования молодёжного туризма. – Орел, 2020. – 320 с.

2. Объявлены победители конкурса на получение грантов для развития туризма. – URL: https://tourism.gov.ru/news/16973/ (дата обращения: 12.09.2020).

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р. «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». – URL: http://government.ru/docs/37906/ (дата обращения: 20.08.2020)

1. Merkulov, P.A., Livtsov, V.A., Abakumov, S.N. (2020) Napravleniia sovershenstvovaniia pravovogo regulirovaniia turistkoi deiatel'nosti v tseliakh stimulirovaniia molodezhnogo turizma [Directions for improving the legal regulation of

[1]Проект паспорта Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

tourist activities in order to stimulate youth tourism]. – Orel. – 320 p. (In Russ.)

2. Ob"iavleny pobediteli konkursa na poluchenie grantov dlia razvitiia turizma [The winners of the competition for grants for the development of tourism have been announced]. – URL: https://tourism.gov.ru/news/16973/ (Data obrashcheniia: 12.09.2020) (In Russ.)

3. Rasporiazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09.2019 №2129-r. «Strategiia razvitiia turizma v Rossiiskoi Federatsii na period do 2035 goda» [Order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2019 No. 2129-r. Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035]. – URL: http://government.ru/docs/37906/ (data obrashcheniia: 20.08.2020) (In Russ.)