

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У «Б е л Г У»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ: ОРГАНИЗАЦИОННО - ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ
И НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
очной формы обучения, группы 06001306
Орищенко Виктории Николаевны

Научный руководитель:
к. э. н., доцент кафедры мировой
экономики
Растопчина Ю. Л.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Общетеоретические аспекты международной туристской индустрии.....	7
1.1. Международный туризм и туристская индустрия: сущностные характеристики и виды.....	7
1.2. Особенности структуры и составляющие туристской индустрии.....	9
1.3. Правовое регулирование международной туристской индустрии.....	15
Глава 2. Организационно - экономические условия развития международной туристской индустрии в России.....	20
2.1. Экономико-правовые особенности и условия развития международной туристской индустрии в России.....	20
2.2. Анализ состояния и динамики развития международной туристской индустрии в России.....	25
2.3. Особенности формирования стратегии развития туризма в российских регионах.....	32
Глава 3. Сложности и направления развития туристской индустрии в России.....	42
3.1. Проблемы развития международной туристской индустрии на территории России.....	42
3.2. Стратегические направления развития российской туристской индустрии в современных условиях.....	46
Заключение.....	52
Список использованных источников.....	57
Приложения.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Международная туристская индустрия на современном этапе имеет большое значение для развития экономик многих стран мира. Туризм является одной из самых прибыльных отраслей народного хозяйства.

В условиях сложившейся мировой политической и экономической обстановки особую роль для Российской Федерации имеет развитие и продвижение отечественного туризма. Российская туристская индустрия проходит стадию качественных изменений, приобретая все новые направления и черты динамичного, эффективного и цивилизованного сектора экономики, обладая большими возможностями для привлечения туристов.

Международная туристская индустрия России зависит от создания современного конкурентоспособного туристического комплекса, который обеспечивает большие возможности для удовлетворения потребностей как российских, так и иностранных граждан в туристических услугах. Туристская индустрия оказывает влияние на все сферы экономической, социально-культурной деятельности и активизирует мировой рынок товаров и услуг, содействует притоку инвестиций в различные отрасли экономики, при этом обеспечивая повышение занятости населения.

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в том, что международная туристская индустрия стала одним из главных и приоритетных направлений государственной политики России. Потенциал нашей страны в этом направлении огромен, но развитие международной туристской индустрии в России проблематично по ряду причин, характерных для большинства регионов страны. Однако следует отметить, что кризис российской экономики не только сдерживает, но и создает благоприятные возможности для подъема российской туристской индустрии и перевода ее на качественно новый уровень. Разработаны новые проекты и федеральные целевые программы, которые содействуют стратегическому развитию туристской индустрии внутри страны.

Степень научной разработанности проблемы раскрыты в трудах современных отечественных исследователей: Воскресенского В. А., Братановского С. Н., Дробышева Е. А., а также в трудах зарубежных авторов: Ф. Котлера, Дж. Уокера, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенздра.

Цель исследования выпускной квалификационной работы заключается в обосновании организационно-экономических условий развития международной туристской индустрии в Российской Федерации и выявлении её наиболее перспективных направлений.

Исходя из указанной цели, основными задачами выпускной квалификационной работы являются:

- 1) рассмотреть общетеоретические аспекты международной туристской индустрии, охарактеризовать её структуру, а также раскрыть экономико–правовые особенности и условия развития международной туристской индустрии в России;
- 2) проанализировать состояние и динамику развития международной туристской индустрии в Российской Федерации;
- 3) выявить проблемы развития международной туристской индустрии в России и определить перспективные направления её стратегического развития.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является международная туристская индустрия в Российской Федерации.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы послужили организационно-экономические условия и направления стратегического развития международной туристской индустрии на территории Российской Федерации.

Методологической основой исследования являются работы отечественных авторов в сфере туристской индустрии: Мамедов Л. А. [45], Федорова С. С. [80], Шахова О. Ю. [88] и Зенченко С. В. [29].

В выпускной квалификационной работе используются следующие методы: анализа, сравнения, методы комплексного экономического анализа,

математической статистики, табличная визуализация и интерпретация данных.

Источниками получения информации и статистических данных послужили законодательные акты, нормативные документы Правительства РФ, материалы Росстата, официальные нормативно-методические документы, публикации по данной теме в отечественной и зарубежной печати, аналитические обзоры и документы, опубликованные в официальных электронных изданиях (официальных сайтов международных организаций и национальных ведомств, консалтинговых и иных коммерческих организаций, задействованных в туристской индустрии), материалы обсуждения туристских проблем на научно-практических конференциях.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы дополнит имеющиеся экономико-теоретические представления, полученные в ходе исследования, в следующих направлениях: современное состояние международной туристской индустрии в Российской Федерации; проблемы туристской индустрии России и организационно-экономические условия ее развития; формирование стратегии развития туризма в российских регионах и его стратегические направления развития.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности применения результатов исследования на практике в ходе подготовки тематических обзоров и информационно-аналитических исследований по данной теме.

Хронологические рамки исследования представлены за 2013-2016 гг.

Направления реализации полученных выводов и предложений придают выпускной квалификационной работе большую теоретическую и практическую значимость.

Структура работы состоит из введения, основной части, заключения, списка использованных источников и приложения.

В первой главе «Общетеоретические аспекты международной туристской индустрии» изложены определения, виды и существенные характеристики

международного туризма и туристской индустрии, раскрыты особенности ее структуры и международно-правовое регулирование.

Во второй главе «Организационно-экономические условия развития международной туристской индустрии в России» раскрыты экономико-правовые особенности, условия развития, анализ и динамика международной туристской индустрии России. Также выявлены особенности формирования стратегии развития туризма в российских регионах.

В третьей главе «Сложности и направления развития международной туристской индустрии в России» представлены проблемы и стратегические направления развития международной туристской индустрии Российской Федерации.

Заключение выпускной квалификационной работы содержит основные выводы по результатам работы.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 85 листов, и включает 12 рисунков, 3 таблицы и 14 приложений.

Публикации:

1. Орищенко, В. Н. Развитие новых туристических продуктов в России и их специфика / В.Н. Орищенко, Е.Н. Парфенова // Молодой ученый. - 2017. - № 11. - С. 243-245.

2. Орищенко, В. Н. Роль индустрии туризма в современной российской экономике / В. Н. Орищенко // Современные проблемы менеджмента : электронный сборник научных работ. - Белгород: Издательский дом «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. - С. 4-6.

ГЛАВА 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

1.1. Международный туризм и туристская индустрия: сущностные характеристики и виды

Во второй половине двадцатого столетия в результате прогресса общественных отношений, совершенствования технических средств транспорта, развития сферы услуг и международных валютно-кредитных отношений, массового сознания и действия многих других факторов международный туризм стал массовым явлением повседневной жизни.

Международный туризм представляет собой определенный этап эволюции общества. Он сопровождается ростом городского населения, ростом средней продолжительности жизни, увеличением общественного богатства и благосостояния, совершенствованием отраслевой структуры экономики, технологическими нововведениями. На современном этапе международный туризм стал отражать определенный этап эволюции человека, точнее его потребностей, которые проявляются в видовом разнообразии туризма [27, с. 9].

Международный туризм характеризует определенный этап в развитии экономики, который представляет комплекс появившейся индустрии туризма и гостеприимства с многочисленными хозяйствующими субъектами.

Можно выделить основные составляющие международного туризма: цель (мотивация) перемещения; перемещение или миграция; наличие туристических ресурсов: объекты историко-культурного наследия, страноведческие особенности и другие факторы, которые влияют на перемещение; экономические составляющие на макро и микроуровнях [27, с. 9].

Учитывая многообразие составляющих компонентов международного туризма, можно дать следующее развернутое определение понятию «международный туризм». Международный туризм - категория экономическая. Он представляет собой формирующийся отраслевой комплекс мирового хозяйства, содержащий значительный инновационный потенциал и развивающийся за счет удовлетворения эволюционирующих потребностей современного человека в разнообразных видах отдыха, досуга и путешествий, формой реа-

лизации которых является перемещение через государственную границу с рекреационными целями.

Изучением туризма занимались многие современные исследователи, среди которых можно отметить основоположника отечественной школы туризма В. А. Квартальнова, видных отечественных ученых Е. Н. Ильину, В. Г. Гуляева, В. М. Козыреву, Д. Н. Николаенко, А. Ю. Александрову, Н. С. Мироненко, В. С. Сенина и др. А так же, зарубежные авторы, которые внесли существенный вклад в исследование проблем развития индустрии туризма и гостеприимства, можно отнести Ф. Котлера, Дж. Уокера, С. Медлика, Х. Инграма и другие [27, с. 10].

Выделяют следующие виды туризма: международный и внутренний.

Международный туризм представляет собой поездки за пределы страны, что связано с соблюдением определенных туристических формальностей (визовых, таможенных, валютных).

Внутренний туризм не связан с пересечением государственной границы и не требует соблюдения туристических формальностей. Международный туризм предусматривает наличие многообразия видов отдыха. Он бывает въездной и выездной. Въездной туризм-это путешествия в пределах страны лиц, не проживающих в стране постоянно. Выездной туризм-это путешествия лиц, постоянно проживающих в стране, но отправляющихся с какими-либо целями в другую страну [27, с. 11].

Международный туризм классифицируется по различным признакам, что представлено в приложении 1.

На эффективное и продуктивное функционирование международного туризма оказывает большое влияние развитие туристской индустрии. Существует несколько точек зрения относительно международной туристской индустрии. Европейские специалисты понимают под туристской индустрией развлечения, туроперейтинг, туристические агентства, транспорт, экскурсионно-познавательные организации.

В книге В. Ю. Воскресенского туристская индустрия определяется как "экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений,

функции которых заключаются в удовлетворении разнообразного и усложняющегося спроса на различные виды отдыха и развлечений" [27, с. 19].

В действующем Федеральном Законе Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под туристской индустрией понимается «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» [7].

Таким образом, международный туризм является экономической категорией, которая приобретает новые черты и функционирует как отдельная отрасль народного хозяйства. С развитием глобализации и международных экономических отношений, появляются новые виды международного туризма. Он стал важной и значимой частью мировой экономики. Его сущность заключается в международном развитии туристических услуг и эффективной деятельности туристской индустрии. Туристская индустрия является неотъемлемой частью международного обмена туристами, которая представляет собой взаимосвязанную систему предприятий и предпринимателей, предоставляющих туристам необходимые туристические товары и услуги.

Туристская индустрия направлена на эффективное формирование и взаимодействие входящих в нее хозяйственных отраслей экономики, что способствует современному развитию международного туризма.

1.2. Особенности структуры и составляющие туристской индустрии

Международный туризм представляет собой индустрию, которая производит продукцию, а так же обеспечивает её реализацию. Туристская индустрия состоит из отдельных видов деятельности, которые являются взаимосвязанными и функционируют благодаря сотрудничеству входящих в нее

предприятий – как мелких, так и крупных. Кроме того, в деятельности участвует большое количество людей, непосредственно обеспечивающих эффективную работу туристской индустрии.

В современном мире, в связи с глобализацией и развитием экономических систем, структура туристской индустрии становится более обширной и приобретает новые черты. Единых международных стандартов структуры туристской деятельности не существует. В каждой стране действуют свои национальные стандарты, которые между собой могут значительно различаться.

Исследователи из разных стран мира пытались рассмотреть и описать структуру туристской индустрии. Автор известного в России учебника «Введение в гостеприимство» - Дж. Уокер, включал в структуру туристской индустрии четыре основных составляющих: путешествие, проживание, питание и отдых. На рисунке 1.1 более подробно представлена схема структуры туристской индустрии по Дж. Уокеру.

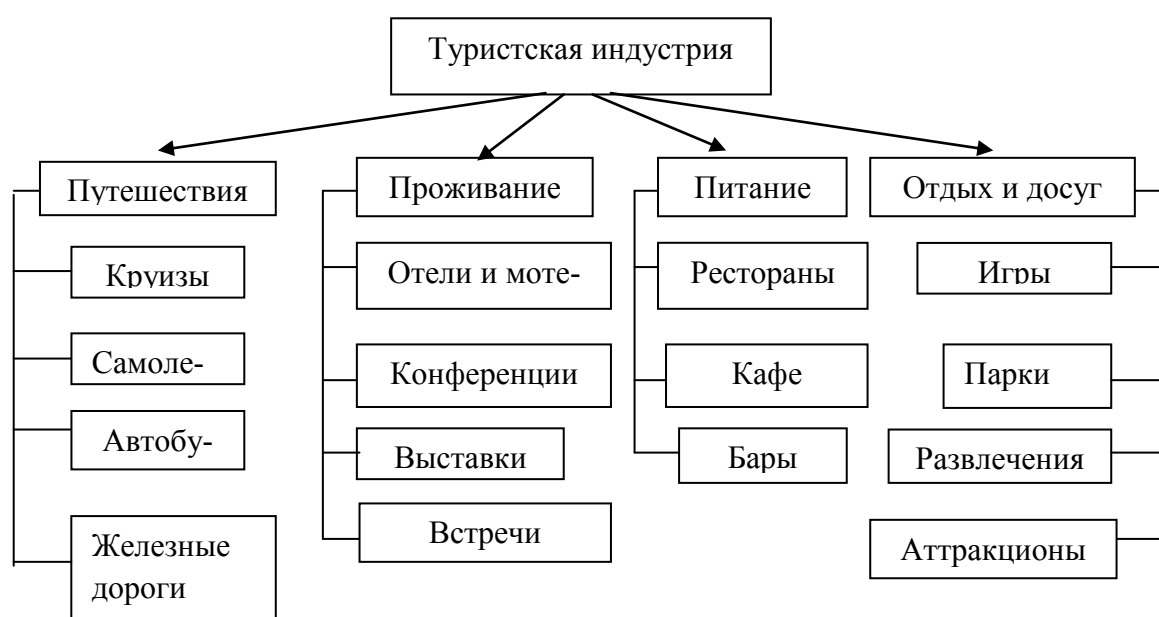


Рис. 1.1. Модель структуры туристской индустрии по Дж. Уокеру

Составлено по материалам: [78, с. 5]

Другой известный зарубежный исследователь В. Фрейер представлял структуру туристской индустрии немного иначе. Фрейер рассматривал ее как туристскую индустрию в собственном смысле (туроператоры, турагенты, транспорт и т. д.), дополнительную туристскую индустрию (экскурсионное обслуживание, гиды,

организация развлечений и т. д.) и окраинную туриндурию (предприятия общественного питания, парикмахерские, тренерские услуги, медицинские услуги и др.). Более детально структура туристской индустрии по В. Фрейеру представлена на рисунке 1.2.



Рис.1.2. Модель структуры туристской индустрии по В. Фрейеру

Составлено по материалам: [32]

Сравнивая структуры туристской индустрии Дж. Уокера и В. Фрейера, можно сделать вывод, что основными составляющими туристской индустрии являются: сфера размещения, сфера обслуживания и питания, а так же сфера отдыха и развлечений.

Как ранее было сказано, туристская индустрия состоит из обособленных видов деятельности, которые вместе образуют единую функционирующую систему. Выделяют ряд основных хозяйствующих субъектов туристской индустрии: фирмы-производители туристических услуг; фирмы туроператоры; фирмы-турагенты; специализированные фирмы, предоставляющие услуги по размещению; предприятия по питанию; транспортные предприятия; предприятия торговли и торговые фирмы, специализирующиеся на то-

варах для туристов; предприятия в сфере досуга и туризме; рекламно-информационные туристские учреждения; государственные предприятия, занимающиеся туризмом на коммерческих условиях. Особенно важным является вопрос согласованной деятельности хозяйствующих субъектов.

Две предыдущие структуры туристской индустрии, под влиянием современных тенденций устарели и носят больше информационный характер, нежели отвечают современным стандартам развития международной туристской индустрии. На рисунке 1.3 представлена модернизированная структура туристской индустрии. Она включает в себя такой неотъемлемый компонент современной туристской индустрии как глобальные компьютерные сети.

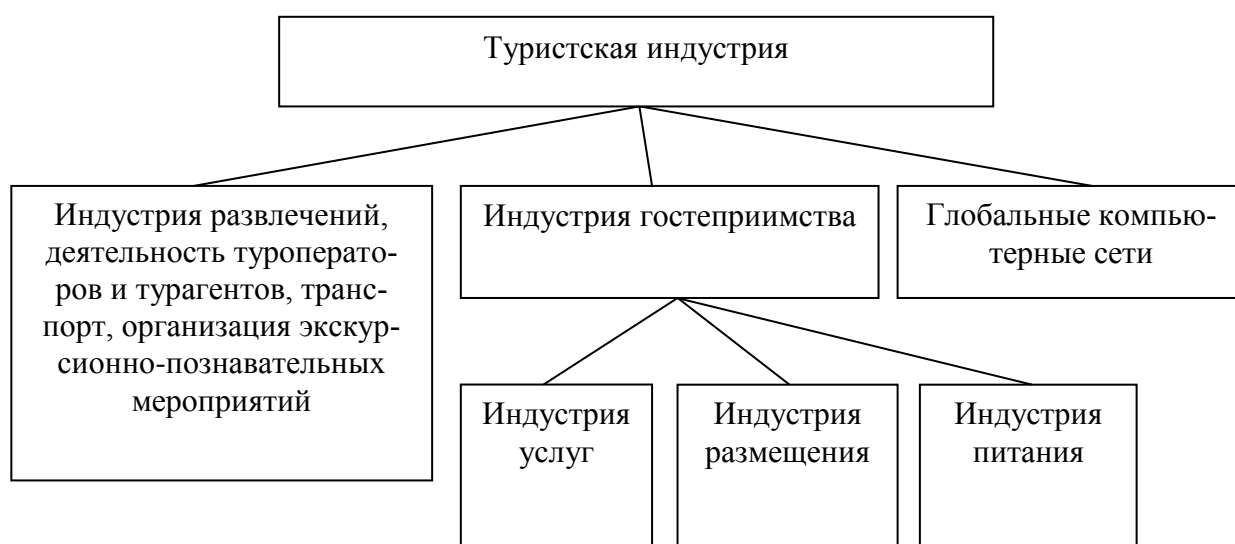


Рис.1.3. Модель современной структуры туристской индустрии

Составлено по материалам: [27, с. 22]

Глобальные компьютерные сети представляют системы резервирования, которые в перспективе могут стать альтернативным (по отношению к туроператорам и турагентам) каналом реализации турпродукта [27, с. 22].

Базой любого туристического продукта является гостиничные предприятия. Размещение всегда входит в пакет услуг. Транспорт так же является составной и неотъемлемой частью любого путешествия, так как реальное путешествие без перемещения транспорта невозможно.

Не возможна туристская индустрия и без туроператоров. Туроператоры - это туристические предприятия, разрабатывающие туры. Их принято под-

разделять на инициативных и рецептивных. Инициативные туроператоры - это операторы, отправляющие туристов за рубеж. Рецептивные туроператоры разрабатывают программу приема туристов внутри страны. Туроператорская деятельность является более сложной и ответственной, чем деятельность турагентов. Кроме умения самостоятельно составлять туристические маршруты, она так же включает в себя умение общаться с иностранными турфирмами, гидами и гостиницами, иметь при этом необходимые связи, деловые контакты и знакомства. К основным обязанностям туроператора входит покупка авиабилетов, бронирование отелей, организация экскурсий, расчет стоимости путевок с учетом всех рисков. Во многих странах мира, в том числе и в России, туроператорская деятельность регулируется законодательством [27, с. 23].

Разработка туристических программ (туроперейтинг) отличает туроператоров от турагентов. Турагенты – это предприятия розничной сети, реализующие туры, разработанные туроператорами. Турагенты реализуют турпакеты туроператора за комиссионное вознаграждение, которое составляет 10% стоимости тура [27, с. 23]. Турагент, как правило, за качество турпродукта ответственности не несет. Его одной из главных задач является предоставление полной и достоверной информации о туре.

Существует следующая классификация предприятий, производящих туристические продукты и услуги:

1) первичные - предназначены для обслуживания туристов (пансионаты, санатории, турбазы и т. д.). В условиях замкнутого туристского и курортного центра почти все предприятия, находящиеся на данной территории, относятся к этой категории;

2) вторичные - предназначены для обслуживания туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения и т. д.);

3) третичные - предназначены для обслуживания местных жителей, но их услугами могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей туристы (общественный транспорт, почта и т. д.) [32].

Туристская индустрия включает производство и сбыт товаров и услуг различных отраслей экономики, а они выступают как туристические отрасли.

Многообразие и комплексность рыночных отношений туристской индустрии обуславливает взаимный мультипликативный эффект развития как туристических отраслей, так и отраслей общественного производства. Специфической чертой индустрии туризма является многообразие и комплексность прямого и косвенного взаимодействия в данном сегменте различных отраслей общественного производства.

Главной особенностью структуры туристской индустрии является технико-экономическая специфика составляющих ее туристических отраслей, которая исключает возможность объединения одной отрасли всей или большей части ее материально-технической базы, благодаря этому, туристскую индустрию рассматривают как рынок услуг и товаров.

Неотъемлемой частью структуры туристской индустрии является развитие туристского бизнеса. В данном контексте бизнес можно представить как деятельность предприятий туристской индустрии, основанную на использовании туристических ресурсов и направленную на получение прибыли через удовлетворение потребностей туристов.

Таким образом, множество компаний и частных лиц заняты предоставлением услуг туристам. Из общей их деятельности и складывается структура туристской индустрии.

Туристская индустрия развивается как отдельно сформированное направление в экономике. Она не может существовать обособленно, поэтому взаимодействует с другими отраслями экономики и способствует четкой структуризации ее составляющих компонентов. Особенность туристской структуры заключается в технико-экономической специфике ее туристических отраслей. Данная специфика исключает объединения одной отрасли или

большой части ее материально-технической базы. Поэтому туристская индустрия является, прежде всего, рынком услуг и товаров.

1.3. Правовое регулирование международной туристской индустрии

Активное развитие международного туризма и туристской индустрии как отдельной отрасли народного хозяйства поспособствовало созданию и формированию законодательной базы в данной сфере.

Формой координации правового регулирования государств по развитию и сотрудничеству в сфере туризма является деятельность международных туристских организаций. Данные организации можно разделить на два вида: всемирные организации и региональные организации.

К всемирным организациям правового регулирования туристской индустрии относятся Организация Объединенных Наций (ООН) и Всемирная туристская организация (ВТО) [49].

ООН помимо выполнения многих функций, уделяет большое внимание развитию и регулированию международной туристской индустрии. Данная организация является координатором деятельности государств и национальных туристских администраций в области туризма и туристской индустрии [26, с. 415]. Одной из эффективных форм координационной деятельности ООН является проведение международных конференций и совещаний, на которых обсуждаются и принимаются новые правовые акты, регулирующие международный туризм. ООН рассматривает такие вопросы в сфере международного туризма, как: упрощение туристических формальностей; обеспечение безопасности туристов и их имущества; техническое сотрудничество в области международной туристской индустрии, а так же по ряду других аспектов межгосударственного сотрудничества в сфере туризма [26, с. 415].

Всемирная туристская организация была создана 2 января 1975 года в результате преобразования Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО), учрежденного на Первом международном конгрессе официальных ассоциаций, занимающихся перевозкой туристов в 1925 году

Затем ВТО была преобразована в специализированное учреждение ООН в 2003 году [49]. Всемирная туристская организация является ведущей международной организацией, которая носит межправительственный характер. ВТО создана с целью содействия развитию международного туризма и туристской индустрии. Цели, задачи и другие организационные аспекты закреплены в Уставе ВТО.

Важными направлениями деятельности ВТО являются: упрощение туристского обмена; определение законодательного порядка регулирования туризма, в том числе при возникновении чрезвычайных обстоятельств (стихийных бедствий, эпидемий и др.); помощь в разработке государственной политики в области установления эффективного взаимодействия между сторонами, участвующими в туризме. ВТО представляет собой единственную межправительственную организацию, открытой для оперативного туристского сектора, то есть для частных туристических фирм [49].

К основным региональным международным организациям относятся союзы и объединения, которые координируют деятельность национальных туристских администраций в рамках отдельных регионов. К ним относятся: Ассоциацию по туризму стран-членов АСЕАН и Туристическую ассоциацию стран Азии и Тихого океана (Азиатско-Тихоокеанский регион); организацию по развитию туризма в Африке (Африканский регион); Туристскую ассоциацию «Общего рынка» (Европейский регион); Европейскую сеть путешествий - всемирной консорциум 250 независимых туристских агентств и другие организации.

Важную роль в развитии международного туризма и туристской деятельности играют неправительственные специализированные организации и объединения. Примером служит деятельность Всемирной федерации туристских агентств (ФУААВ), которая была создана в 1966 году, объединяющей свыше 80 национальных и региональных ассоциаций, в которых представлено свыше 20 тысяч индивидуальных туристских агентств и фирм. Главная цель организации – защита профессиональных интересов туристских

агентств, оказание им профессиональной, технической и правовой поддержки.

Существуют международные туристские организации по отдельным направлениям туризма. Например, Международная ассоциация делового туризма, основанная в 1974 году. В нее входят 13 национальных ассоциаций из стран Европы, Австралии и Северной Америки.

Социальным туризмом занимаются Международное бюро по социальному туризму (БИТС) и Международная ассоциация по социальному туризму и отдыху (МАСТОТ). Первая изучает перспективы социального туризма, развивает контакты между организациями и учреждениями социального туризма, разрабатывает программы и проекты в сфере социального туризма. Вторая организация способствует защите прав членов профсоюзов в области туризма, культуры и отдыха.

К многосторонним международным договорам в сфере туристской индустрии можно отнести соглашения общего характера, которые закрепляют базовые принципы всего международного права. Например, Гаагская декларация по туризму (1989 г.) провозгласила 10 принципов, на которых базируются отношения в туристской сфере. К таким принципам относятся: упрощение туристских формальностей; обеспечение безопасности туристов; создание надежной инфраструктуры для приема туристов; комплексное планирование туристского развития на основе концепции «поддерживаемого развития» и другие принципы [26, с. 445]. Основные положения Гаагская декларация по туризму сводятся к следующему: туризм - форма проведения свободного времени; туризм - эффективное средство содействия социально-экономическому росту страны; каждый человек имеет право на свободные путешествия; туризм носит гуманный характер; естественная, культурная и человеческая окружающая среда - основное условие развития туризма; безопасность и защита туристов, уважение их достоинства - важнейшие условия развития туризма; упрощение формальностей путешествий - основа развития туризма; государства должны принимать меры по борьбе с терроризмом, со-

вершенствовать качество туристских услуг, планировать развитие туристской инфраструктуры [26, с. 445].

Глобальный кодекс этики туризма был одобрен и принят на проходившей с 27 сентября по 1 октября 1999 года в Чили на 13-й сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО. Этот документ определяет основные принципы развития туризма, закрепляет обязательства и права участников туристского процесса, дает рекомендации туристским организациям по реализации принципов международных актов [26, с. 562].

Хартия туризма так же является международным договором в сфере туристской индустрии. Была одобрена в 1985 году на 6 сессии Генеральной ассамблеи ВТО. Фактически документ содержит рекомендации по деятельности нескольких субъектов туристической сферы: государства, представителей местного населения туристских районов, работников в сфере туризма и самих туристов, рекомендации для которых содержатся в специальном разделе (Кодекс туриста) [26, с. 441].

Таким образом, международный туризм и туристская индустрия регламентируются сложной, развивающейся совокупностью нормативно-правовых актов, активную роль в разработке, принятии и контроле которых играют международные организации, объединения, ассоциации и другие межгосударственные союзы и соглашения. Их главная задача состоит в содействии развитию туризма, в регулировании его деятельности, разрешении спорных вопросов и выборе наиболее перспективных направлений развития.

Правовое регулирование международной туристской индустрии необходимо в современном мире в связи с быстрыми темпами развития международных туристических отношений между странами. Международное правовое регулирование туризма позволяет его участникам иметь свои права и обязанности в сфере туризма, что делает данную отрасль менее уязвимой и более совершенной в нормативно-правовых вопросах.

Вывод по первой главе.

Международный туризм представляет экономическую категорию, которая под воздействием современных тенденций интенсивно развивается, приобретает новые черты и образует формирующийся отраслевой комплекс мирового хозяйства. Туризм содержит значительный инновационный потенциал, который функционирует за счет удовлетворения потребностей туристов.

Международный туризм не возможен без туристской индустрии, которая представляет взаимосвязанную систему предприятий и фирм, предоставляющих туристам все необходимые товары и услуги, а так же включает в себя развитую инфраструктуру, транспортное обеспечение, сферу сервиса, питания, развлечений. Современная структура туристской индустрии состоит из трех основных компонентов: индустрии развлечений, индустрии гостеприимства и глобальных компьютерных сетей. Особенность структуры туристской индустрии заключается в технико-экономической специфике ее туристических отраслей.

Как и каждая развитая отрасль народного хозяйства, туристская индустрия регулируется международными организациями, правовыми актами и соглашениями. К всемирным организациям, которые регулируют данную отрасль, относят Организацию Объединенных Наций и Всемирную туристскую организацию. Деятельность этих организаций направлена на формирование законодательной базы в сфере туризма, упрощения туристических формальностей, обеспечение безопасности туристов и регулировании межгосударственной политики в области туризма.

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

2.1. Экономико-правовые особенности и условия развития международной туристской индустрии в России

Международная туристская индустрия в Российской Федерации, как отдельно сформированное направление в экономике, требует надежного правового регулирования и создания наиболее благоприятных условий для ее развития и функционирования. В экономико-правовых условиях, складывающихся на территории Российской Федерации, государственная поддержка как внутреннего, так и въездного туризма направлена на повышение экономической отдачи от туристской индустрии. Туристическая сфера включает различные отрасли права: гражданское, таможенное, страховое, административное, о защите прав потребителей, экологического и другие отрасли.

В настоящее время в Российской Федерации действуют следующие нормативно-правовые документы, являющиеся источником экономико-правового регулирования туристической деятельности и туристской индустрии: Конституция РФ, закрепляющая возможность осуществления свободных туристических поездок как внутри страны, так и за рубежом; Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132ФЗ от 24.11.96 г., определяющий основные принципы государственной политики, направленных на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, регулирующие отношения, которые возникают при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав; Гражданский кодекс РФ, определяющий порядок и условия возмездного оказания услуг в области туризма (глава 39), регулирующий договорные отношения в сфере перевозок (глава 40), устанавливающий нормативный порядок реализации договоров хранения (глава 47) [18, с. 15]; Федеральный Закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» № 114ФЗ

от 15.08.96 г., детализирует основные особенности въезда иностранных граждан на территорию страны, а так же устанавливает необходимый перечень и порядок оформления необходимых документов; Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей», распространяющий свое действие на сферу туризма, устанавливает гарантии получателей туристских услуг и определяет ответственность лиц, их оказывающих; Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-I «Об организации страхового дела в Российской Федерации» регламентирует порядок обязательного страхования туристов на время туров, содержит общие условия определения страховых случаев и страховых выплат [18, с. 16].

Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется по следующим направлениям: разработка, реализация и принятие новых законов и иных нормативных актов, а так же совершенствование существующей законодательной базы; разработка и реализация федеральных, региональных и отраслевых целевых программ развития туризма и туристской индустрии; содействие в продвижении на внутренний и внешний рынок российского туристского продукта и бренда; защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности на территории Российской Федерации; кадровое обеспечение в сфере туризма квалифицированными работниками; современная стандартизация и квалификация объектов туристской индустрии [18, с. 22].

Международная туристская индустрия является одной из наиболее приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, поэтому особое внимание должно быть уделено совершенствованию туристской инфраструктуры и увеличению доходов государства и граждан. Это в совокупности является необходимым для полноценного развития туризма на территории Российской Федерации.

Согласно ст. 4 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», одной из главных задач является содействие развитию туристской индустрии. Комплексное развитие международной

туристской индустрии влияет на местную инфраструктуру и способствует ее развитию, предоставляет новые рабочие места, обеспечивает достойные условия размещения и пребывания туристов. Вследствие этого, большой поток туристов способствует увеличению доходов государства и граждан РФ, влечет за собой повышенный интерес со стороны иностранных туристов, обеспечивая увеличение иностранных инвестиций [7].

Государственное правовое регулирование Российской Федерации основными направлениями туристической деятельности выделяет поддержку и развитие внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма. Международная туристская индустрия в России должна приносить организациям, функционирующим в сфере туризма, прибыль в федеральный бюджет, а так же продвигать туристский бренд Российской Федерации на мировом рынке и создавать положительный имидж России - страны благоприятной для посещения туристами [18, с. 25].

Деятельность государства в сфере туристской индустрии ориентирована на создание и развитие существующих туристических услуг и рынков; вовлечение муниципальных властей и местной общественности в планирование и развитие туристской индустрии, ее безопасности; увеличение доходов местного населения в туристических и рекреационных местах; устранение налоговых, таможенных трудностей, которые препятствуют развитию туристской отрасли; повышение профессионального уровня сотрудников туристской индустрии; эффективность осуществления маркетинга по продвижению туристического продукта России [18, с. 26].

Правительством Российской Федерации в 2011 году под председательством Владимира Путина, была утверждена федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)». Данная программа направлена на повышение конкурентоспособности отечественного рынка туристской индустрии, создания необходимых условий для развития туристской инфраструктуры и привлечения инвестиций в данную отрасль. Программа содействует продвижению нацио-

нального туристического продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствует систему подготовки кадров. Ответственным исполнителем данной государственной программы является Федеральное агентство по туризму [10].

Важным элементом государственного регулирования туристской индустрии является стандартизация. Статья 5 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» гласит, что стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации. Стандартизации могут подвергаться только объекты туристской индустрии, но не туроператорская и турагентская деятельность [7].

Стандартизация в сфере туристических услуг направлена на обеспечение повышения уровня качества и эффективности туристского и экскурсионного обслуживания, а так же на защиту интересов потребителей услуг. Стандартизация осуществляется органами Федеральной службы по техническому регулированию и метрологии и соответствующими органами субъектов Российской Федерации [18, с. 44].

Немало важную роль в международной туристской индустрии играет сертификация работ (услуг) и продукции, а так же лицензирование туристической деятельности. В России законодательством предусмотрено соблюдение в туристской индустрии соответствующих национальных и межгосударственных стандартов.

Экономические условия Российской Федерации, сложившиеся в связи с очередной волной финансово-экономического кризиса, введением санкций странами Европейского союза и США, ростом курсов мировых валют, падением цен на нефть и девальвацией рубля, повлияли на развитие туристской индустрии и поспособствовали ее адаптации к данным условиям. Рост курса мировых валют и ослабление национальной валюты России имеет не только отрицательные последствия, но и преимущества для эффективного развития туристской индустрии. Это упрощенный доступ инвестиций в инфраструктуру

ру туристской индустрии; прирост въездного туристического потока и увеличение притока иностранного капитала в Россию.

Государственная политика России в отношении туристской индустрии направлена на развитие, прежде всего, туристической инфраструктуры в регионах. На данном этапе, российские регионы стали больше внимания уделять развитию внутреннего туризма, формируя стратегии и программы развития туристской индустрии, используя различные подходы и механизмы частно-государственного партнерства. Большое внимание в регионах уделяется развитию транспортной и гостиничной инфраструктуры, которая является неотъемлемой частью международной туристской индустрии.

Создание благоприятных условий в России для развития международной туристской индустрии становится основным фактором в ситуации, когда валютные поступления уменьшаются при снижении курса рубля и цен на основные экспортные товары, а для иностранных туристов путешествие в Россию становится экономически выгодным [47, с. 988]. Поддержка и развитие туристской индустрии на территории России, открывает большие возможности для выхода страны на мировой туристический рынок. В условиях геополитических трансформаций, дальнейшее содействие государства в развитии международной туристской индустрии становится приоритетной задачей [47, с. 989].

Таким образом, международная туристская индустрия России регулируется такими правовыми документами, как: Конституцией РФ, ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132 ФЗ от 24.11.96 г., Гражданским кодексом РФ, ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» № 114 ФЗ от 15.08.96 г., Законом РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» и Законом РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ». Данные документы обеспечивают экономико-правовые условия развития международной туристской индустрии на территории Российской Федерации и оказывают влияние на ее дальнейшее развитие.

Экономико-правовые особенности международной туристской индустрии в России заключаются в том, что государство на современном этапе уделяет большое внимание совершенствованию туристской инфраструктуры, привлечению новых инвестиций и старается увеличить доходы граждан, а так же доходы государства за счет налоговых поступлений от туристской индустрии.

Международная туристская индустрия в России считается одной из самых приоритетных отраслей экономики, поэтому правительство разрабатывает и утверждает новые федеральные целевые программы, которые имеют определенные цели, задачи и стратегии по эффективному развитию международной туристской индустрии, как в целом по стране, так и в отдельных регионах.

Что бы усовершенствовать международную туристскую индустрию России, государство законодательно предусматривает стандарты в отношении лицензирования, стандартизации и сертификации товаров и услуг в данной отрасли. Одной из главных задач государства является создание наиболее благоприятных условий для развития и функционирования в России международной туристской индустрии.

2.2. Анализ состояния и динамики развития международной туристской индустрии в России

Для анализа современного состояния и динамики развития международной туристской индустрии Российской Федерации в выпускной квалификационной работе анализируется официальная открытая статистика за 2013-2016 годы. Данная информация взята на официальных сайтах Федерального агентства по туризму и Федеральной службы государственной статистики.

Анализируемый период включает следующие факторы риска: сильную девальвацию рубля и ограничения популярных недорогих направлений зарубежного отдыха россиян (Египет и Турция), введенные в ноябре 2015 года (из-за которых также упал общий объем туристических услуг и произошли сдвиги в направлениях поездок), привели к увеличению рублевой стоимости

услуги в сфере зарубежного туризма. На рисунке 2.1 представлен график индекса цен на различные виды платных услуг населению в сфере туризма.



Рис. 2.1. Индекс цен на различные виды платных услуг населению, % в годовом выражении, курс рубля к доллару, 2013-2016 гг.

Источник: [28, с. 4]

На фоне резкого снижения зарубежных поездок растет спрос на внутренний туризм, что ведет к удорожанию услуг и в этой сфере – на 12% в 2015 году. За январь - октябрь 2016 года цены выросли еще на 15% в сфере зарубежного туризма и на 8% - внутреннего.

Из-за девальвации рубля российская туристская индустрия стала более популярной для посещения иностранными туристами.

На рисунке 2.2 представлен график, который показывает число въездных туристических поездок иностранных граждан на территорию Российской Федерации за 2013-2016 гг.

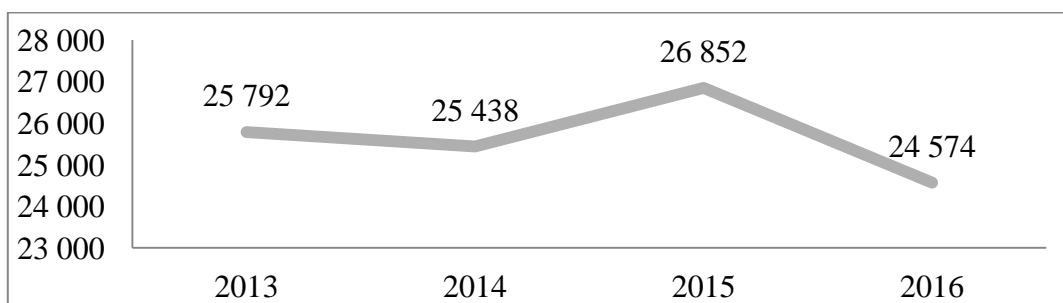


Рис. 2.2. Число туристических поездок иностранных граждан на территорию Российской Федерации за 2013-2016 гг., тыс. чел.

Составлено по материалам: [86]

Из рисунка 2.2, видно, что наибольший поток иностранных туристов в Россию приходится на 2015 год. В 2014 году, в результате обострения политической обстановки в мире, туристический поток иностранных граждан в Россию по сравнению с 2013 годом сократился на 354 тыс. чел., но в 2015 году по отношению к 2014 году наблюдается увеличение иностранных туристических поездок на 2 414 тыс. чел. В 2016 году туристический поток иностранных граждан сократился по сравнению с 2015 годом на 2 278 тыс. чел.

В приложении 2 приведена таблица, которая показывает численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами на территории Российской Федерации в период с 2013 по 2015 гг. Наибольшее количество иностранных туристов в 2015 году, посетивших Россию, приходится на Китай, что составило 566,6 тыс. чел., затем идет Германия - 54,9 тыс. чел. и Япония - 22,7 тыс. чел.

Общая численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами в период с 2013 по 2015 гг. в России значительно увеличилась. В 2014 году наблюдалось наименьшее количество иностранных туристов, принятых турфирмами, что составило 291,9 тыс. чел. Это на 56,6 тыс. чел. меньше, чем в 2013 году - 348,5 тыс. чел. На это повлияли такие факторы, как: обострение политических и дипломатических отношений с Украиной и введение санкций странами Европы и США. В 2015 году ситуация значительно улучшилась и количество принятых иностранных туристов турфирмами составило 754,8 тыс. чел., что на 462,9 тыс. чел. больше, чем в 2014 году.

На рисунке 2.3 представлена диаграмма основных показателей деятельности коллективных средств размещения на территории Российской Федерации.

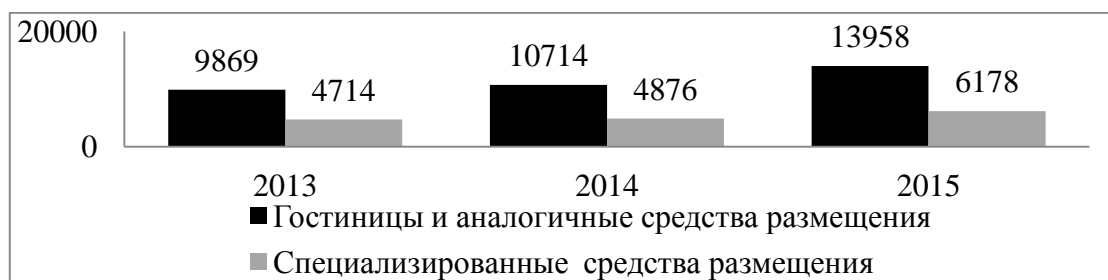


Рис. 2.3. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения в Российской Федерации за 2013-2015 гг., ед.

Составлено по материалам: [59]

По данным рисунка 2.3 видно, что количество гостиниц и аналогичных средств размещения увеличилось с 2013 по 2015 гг. на 4089 ед.

Количество специализированных средств размещения увеличилось на 1464 ед. с 2013 по 2015 гг. Всего число коллективных средств размещения в 2013 году составило 14 583 ед., в 2014 году - 15 590 ед., в 2015 году - 20 136 ед.

На рисунке 2.4 представлен график, который показывает численность иностранных граждан и граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения.



Рис. 2.4. Численность иностранных граждан и граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения за 2013-2015 гг., тыс. чел.

Составлено по материалам: [84]

Число размещенных иностранных граждан и граждан Российской Федерации в коллективных средствах размещения за три года постепенно увеличилось. В 2015 году численность иностранных граждан размещенных в коллективных средствах размещения составило 5 627 тыс. чел., а граждан Российской Федерации – 43 657 тыс. чел.

На рисунке 2.5 представлена диаграмма численности санаторно-курортных организаций в России без учета микро-предприятий.

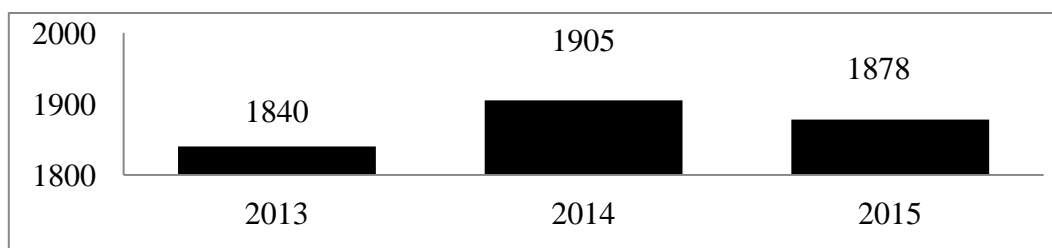


Рис. 2.5. Численность санаторно-курортных организаций в России за 2013-2015 гг., ед.

Составлено по материалам: [71]

В 2014 году численность санаторно-курортных организаций к 2013 году увеличилась на 65 ед., но в 2015 году их численность сократилась на 27 ед. к 2014 году.

На рисунке 2.6 представлена диаграмма численности санаторий и пансионатов с лечением, а так же санатории профилактории.

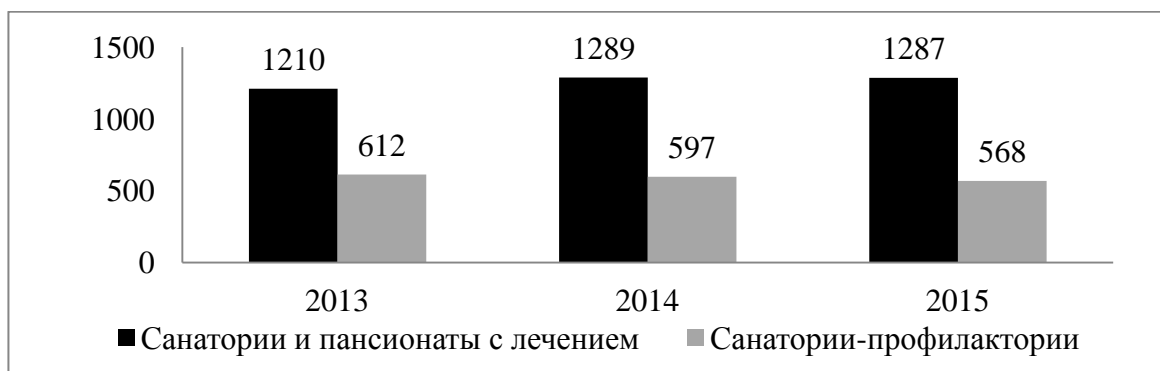


Рис. 2.6. Численность санаторий, пансионатов с лечением и санаторий профилакторий в России за 2013-2015 гг., ед.

Составлено по материалам: [71]

На основании рисунка 2.6 можно сделать вывод, что санатории-профилактории с 2013 по 2015 гг. сократилось на 44 ед., но санаториев и пансионатов с лечением с 2013 по 2015 гг. увеличилось на 77 ед.

На территории Российской Федерации туристскую деятельность осуществляют дома отдыха, туристские базы, базы отдыха, кемпинги и другие организации. Динамика их количества за 2013-2015 гг. представлена на рисунке 2.7, данные приведены без учета микро-предприятий.



Рис. 2.7. Количество организаций отдыха и туристских баз за 2013-2015 гг., ед.

Составлено по материалам: [58]

В период с 2013 по 2015 гг. количество домов отдыхов не изменилось и составило 97 ед., лишь в 2014 году их составляло 96. Баз отдыха с 2013 по 2014 гг. увеличилось на 50 ед., но в 2015 году их количество сократилось на 48 ед. к 2014 году. Количество туристических баз в 2014 году составило 186 ед., что на 32 туристических базы больше, чем в 2013 году. В 2015 году количество туристических баз сократилось на 4 ед. по отношению к 2014 году.

Количество ресторанов, кафе и баров на территории России представлено на рисунке 2.8.

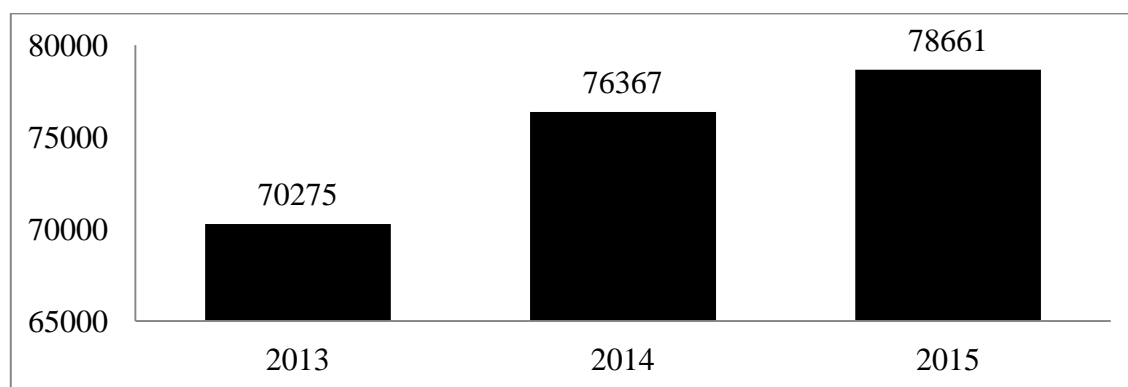


Рис. 2.8. Количество ресторанов, кафе и баров в России за 2013-2015 гг., ед.

Составлено по материалам: [72]

Количество ресторанов, кафе и баров за данный период приводится без данных по г. Санкт-Петербургу (данные отсутствуют в связи с особенностями организации местного самоуправления), а за 2014 и 2015 гг. и без данных по г. Севастополю (данные отсутствуют в связи с незавершенным процессом формирования органов местного самоуправления). В период с 2013 по 2015 гг., количество ресторанов, баров и кафе в России увеличилось на 8 386 ед.

Платные услуги населению в сфере туризма в период с 2013 по 2015, представлены в приложение 3. Объем туристских платных услуг населению в 2015 году составил 158 252 млн. руб., что на 10 711 млн. руб. больше, чем в 2014 году. Объем платных услуг населению в сфере гостиничной деятельности в 2015 году составил 188 992 млн. руб., что на 13 283 больше, чем в 2014 году. Объем платных санаторно-оздоровительных услуг населению в 2015

году составил 110 513 млн. руб., что на 18 213 млн. руб. больше, чем в 2014 году.

Территория России, для сохранения и воспроизводства рекреационных ресурсов страны, поделена на определенные зоны, специализирующиеся на определенных видах рекреации. Лечебно-оздоровительные и курортные территории страны имеют четко очерченные границы. Они могут иметь федеральное, региональное и местное значение. К лечебно-оздоровительным территориям федерального значения относятся уникальные местности, не имеющие аналогов в мире [62]. В приложении 4 приведен перечень туристских и курортных зон России федерального значения.

Постановлением Правительства РФ от 3 февраля 2007 года создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ТРЗ). В приложении 5 ТРЗ рассмотрены более подробно.

По опросам, проведенным Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в последние годы предпочтения россиян относительно летнего отдыха изменились. Опросы о планируемом отдыхе проводятся ежегодно в мае, а опросы по итогам летнего сезона (о фактическом отдыхе) – в сентябре. В приложении 6 представлена таблица с результатами опросов ВЦИОМ о летнем отдыхе россиян за 2013-2016 гг. В 2013 году доля опрошенных, которые отдыхали на даче, составила 18%, а в 2015 году достигла 50%. Доля отдохнувших в Крыму в 2015 году составила 6%, а в 2016 году - 4%. Бюджет поездки на человека в 2016 году по факту снизился до 36 тыс. руб., хотя в 2015 году составлял 38,5 тыс. руб. [57].

Таким образом, подводя итоги анализа состояния и динамики развития международной туристской индустрии Российской Федерации можно сделать вывод, что индустрия стремительно развивается, хотя на нее оказывают влияние политические и экономические факторы. Из-за резкого снижения зарубежных поездок растет спрос на внутренний туризм, что ведет к удорожанию услуг в этой сфере. За январь - октябрь 2016 года цены на внутренний туризм выросли на 8%. Наибольший поток иностранных туристов на терри-

торию Российской Федерации был зафиксирован в 2015 году и составил 26 852 тыс. чел. Численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами в 2015 году составила 754,8 тыс. чел. Наибольшее количество иностранных туристов, принятых турфирмами в 2015 году были из таких стран, как Китай, Германия и Япония.

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения, а также специализированных средств размещения увеличилось с 2013 по 2015 гг. Число коллективных средств размещения в 2013 году составило 14 583 ед., в 2014 году - 15 590 ед., в 2015 году - 20 136 ед.

Численность санаторно-курортных организаций и туристических баз в 2015 году сократилась, а количество домов отдыхов не изменилось. В период с 2013 по 2015 гг., количество ресторанов, баров и кафе на территории России увеличилось.

Объем туристских платных услуг населению в 2015 году составил 158 252 млн. руб. Объем платных услуг населению в сфере гостиничной деятельности в 2015 году составил 188 992 млн. руб., а объем платных санаторно-оздоровительных услуг в 2015 году составил 110 513 млн. руб.

2.3. Особенности формирования стратегии развития туризма в российских регионах

На сегодняшний день для эффективного развития туристской индустрии в стране, государство старается способствовать развитию туризма и международной туристской индустрии в каждом отдельно взятом регионе страны. Для многих регионов Российской Федерации туристская инфраструктура и деятельность, связанная с туризмом, является основным источником дохода. Данная отрасль является приоритетным направлением развития для слабых дотационных регионов России. Развитие туристской индустрии в регионах позволит создать новые рабочие места. Эффективное развитие туризма создает хорошие предпосылки для сбалансированного развития всего региона [29, с. 71].

Под региональным туризмом понимается определенный вид экономической деятельности в регионе, который направлен на предоставление услуг туристам, которые предпочитают путешествовать с определенными целями.

Во многих странах мира туристская индустрия рассматривается как основной фактор регионального развития, этому поспособствовало усиление финансово-экономических позиций туристической отрасли. На различных уровнях органы власти и управления ставят для себя целью развитие туристской индустрии и соответствующей инфраструктуры. Туризм рассматривается как усилитель региональной экономики, который позволяет задействовать весь комплекс рекреационных ресурсов. Так же это способствует более эффективному использованию совокупного производственного и социально-культурного потенциала территории при сохранности экологического и культурного разнообразия [29, с. 72].

Органы управления должны выбрать основную цель - разработать такую стратегию туристской активности, в которой совместно с бизнесом будет происходить разработка туристической инфраструктуры, создание новых рекреационных зон, национальных парков, рост туристов в регион и привлечение инвестиций.

В России разработаны региональные целевые программы развития туризма в субъектах РФ. Данные программы софинансируются в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» и направлены на развитие необходимой инфраструктуры в регионах. Предоставление субсидий осуществляется на основании соглашений о предоставлении субсидий, которые заключаются между Ростуризмом и высшими исполнительными органами государственной власти регионов. В данной программе могут участвовать регионы, в которых реализуется проекты по созданию туристско-рекреационных и автотуристских кластеров [67]. В приложении 7 представлена схема правил предоставления федерального софинансирования регионам в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)».

В сфере туризма для обозначения территории принято использовать термин «дестинация». Под дестинацией понимают географическую террито-

рию, которая имеет определенные границы, а так же может привлекать и удовлетворять потребности массового туризма. Характерные черты дестинации представлены в приложении 8.

Выделяют ряд факторов конкурентоспособности туристского региона:

1) Экономические факторы: инвестиционные вложения в отрасль; экономические показатели отрасли; туристическая продукция; производители туристической продукции; инновационная деятельность в отрасли; экономическая привлекательность региона; уровень затрат.

2) Управленческие факторы: деятельность на зарубежных рынках; система сбыта, продвижения и качество туристического продукта; деятельность профессиональных ассоциаций; эффективность управления отраслью; имидж региона.

3) Трудовые факторы: кадровый резерв.

4) Рекреационные факторы: природно-климатические характеристики; географическое положение; объекты культурно-исторического наследия; транспортная инфраструктура; рекреационные ресурсы [29, с. 73].

Рассматривая туристскую индустрию со стороны комплекса предприятий (производственной и непроизводственной сферы), которые предоставляют туристические услуги и производят товары туристического спроса, можно сделать заключение, что применяется отраслевой подход.

Туристская индустрия представляет собой не только многоотраслевой комплекс предприятий, но и является одной из форм освоения территории. При развитии региона, а именно развитие предприятий размещения, совершенствование транспортной инфраструктуры, деятельность государственных органов в сфере туризма происходит развитие туристской индустрии.

Формирование, разработка и реализация стратегии развития туризма в регионе представляет процесс создания эффективного единого механизма, который предназначен для поддержания слаженности действий всех субъектов данного процесса. Для этого государство использует кластерные технологии, которые помогут разрешить многие трудности [29, с. 74].

Проанализируем более подробно развитие туризма в российских регионах. В приложении 9 представлена таблица количества туристских фирм

по округам Российской Федерации за 2013-2015 гг. Наибольшее количество туристских фирм за данный период сосредоточено в Центральном федеральном округе, что показывает развитость туристской инфраструктуры в данном округе по отношению к другим округам. Так же количество туристских фирм в России в период с 2013 по 2015 гг. возросло на 569 единиц.

Рассматривая более подробно Центральный федеральный округ, можно выявить, в каких его регионах сосредоточено наибольшее количество туристских фирм, данные которых представлены ниже (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Число туристских фирм в Центральном федеральном округе за 2013-2015 гг.

	2013	2014	2015
Белгородская область	86	97	97
Брянская область	60	60	92
Владимирская область	200	191	180
Воронежская область	76	79	129
Ивановская область	115	121	119
Калужская область	140	141	147
Костромская область	68	68	75
Курская область	72	77	79
Липецкая область	109	120	115
Московская область	533	603	600
Орловская область	60	73	80
Рязанская область	73	74	80
Смоленская область	88	97	89
Тамбовская область	53	55	59
Тверская область	127	131	111
Тульская область	175	189	169
Ярославская область	109	100	99
г. Москва	633	465	577
Всего:	2777	2741	2897

Источник: [68, с. 488]

Наибольшее количество туристских фирм в 2015 году сосредоточено в Московской области - 600 ед., г. Москве - 577 ед. и Владимирской области - 180 ед. Всего число туристских фирм по Центральному федеральному округу в 2013 году составило 2777 ед., а в 2015 году - 2897 ед.

В таблице 2.3 представлены данные по числу турпакетов, которые были реализованы населению по Центральному федеральному округу за 2013-2015 гг.

Таблица 2.2

Число турпакетов, реализованных населению по Центральному
Федеральному округу за 2013-2015 гг., тыс.

	2013	2014	2015
Белгородская область	15,0	15,8	14,2
Брянская область	13,0	9,7	7,2
Владимирская область	32,2	27,5	24,9
Воронежская область	11,1	11,1	10,7
Ивановская область	18,8	9,4	28,9
Калужская область	18,2	20,0	22,4
Костромская область	9,2	7,6	7,2
Курская область	12,4	9,8	8,7
Липецкая область	14,6	12,9	10,8
Московская область	104,6	150,8	107,4
Орловская область	8,2	9,0	12,7
Рязанская область	12,5	13,2	12,1
Смоленская область	11,3	10,8	8,4
Тамбовская область	5,9	5,3	4,3
Тверская область	39,7	32,9	36,0
Тульская область	16,4	16,1	7,9
Ярославская область	15,3	10,2	21,0
г. Москва	1253,7	1127,1	1100,7
Всего:	1612,1	1499,2	1445,5

Источник [68, с. 488]

Больше всего турпакетов по Центральному Федеральному округу было реализовано в 2013 году - 1612,1 тыс. В 2015 году лидерами по числу реализованных турпакетов стали следующие области: Московская область, г. Москва и Тверская область.

В таблице 2.4 представлены данные численности российских туристов, отправленных туристскими фирмами Центрального федерального округа в туры по России.

Таблица 2.3

Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами Центрального федерального округа в туры по России за 2013-2015 гг., тыс. чел.

	2013	2014	2015
Белгородская область	2,5	5,2	24,2
Брянская область	8,5	9,5	9

Окончание табл. 2.3

	2013	2014	2015
Владимирская область	57,2	54,7	61
Воронежская область	6,4	6,9	7,2
Ивановская область	9,5	12,9	16,4
Калужская область	33,2	34,5	72,1
Костромская область	7,3	6,2	5,8
Курская область	4,6	8,1	10,5
Липецкая область	8,7	12,2	9,3
Московская область	72,2	90,9	83,3
Орловская область	3,5	5,9	11,6
Рязанская область	7,3	8,6	8,6
Смоленская область	9,9	11,5	10,7
Тамбовская область	3	3,3	3,5
Тверская область	25,4	23,3	6,4
Тульская область	10,1	15,5	6,6
Ярославская область	22	16,1	20,7
г. Москва	116,8	136,8	533,5
Всего:	408,1	462,1	900,4

Источник [68, с. 490]

Больше всего российских туристов, отправленных туристскими фирмами Центрального федерального округа в туры по России в 2015 году наблюдается в г. Москве - 533,5 тыс. чел., Московской области - 83,3 тыс. чел. и Калужской области - 72,1 тыс. чел. Динамика за 2013-2015 гг. имеет положительную тенденцию.

На современном этапе развития туризма в России кластерные региональные стратегии формируют узкоспециализированные структурные подразделения самых различных уровней управления.

Общая концепция развития туристской индустрии активно поддерживаться на всех уровнях управления, что позволяет определить масштабы работы на местах, ответственных лиц, обеспечить целевое выделение ресурсов и эффективно осуществлять процесс контроля.

На рисунке 2.9 наглядно представлена схема взаимодействия субъектов туризма в регионе.

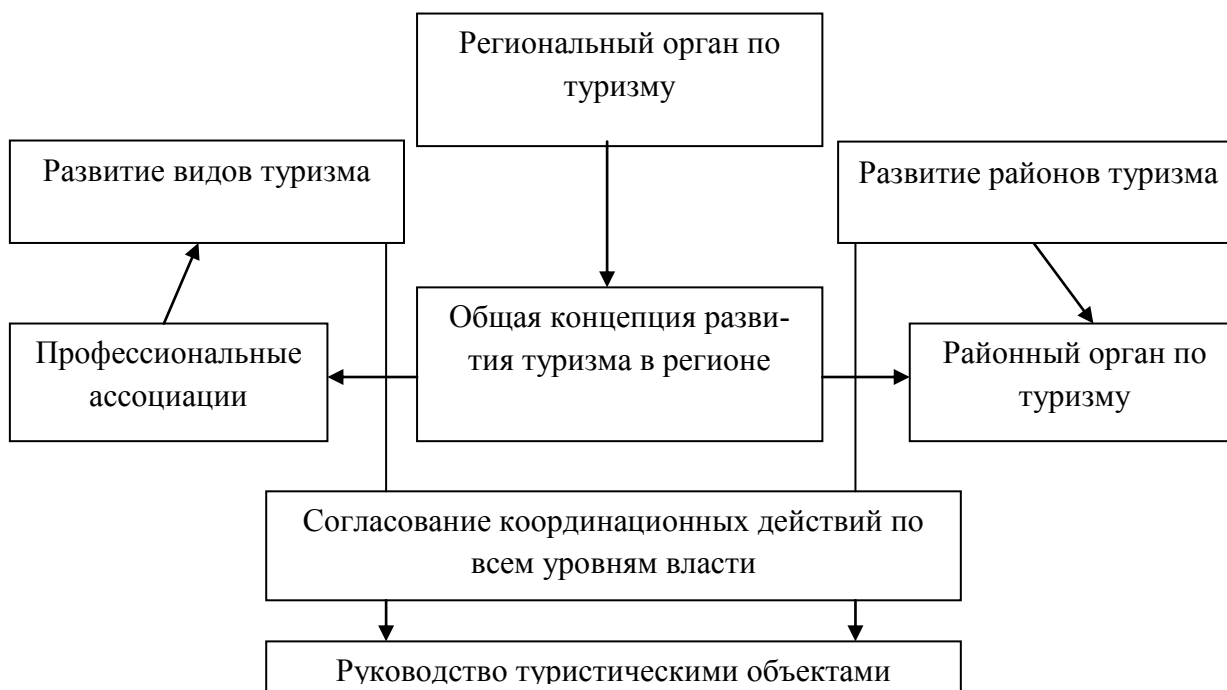


Рис. 2.9. Взаимодействие субъектов туризма в регионе

Источник: [29, с. 75]

На региональном уровне развитием туристской отрасли занимается специализированный отдел, который отвечает за реализацию отдельных направлений развития туризма. Каждый отдел взаимосвязан друг с другом. При продвижении отдельных видов туризма назначаются отдельные координаторы, которые будут отвечать за реализацию каждого направления. Координирующим органом может выступать ассоциация или партнерство. Главным направлением деятельности данного органа является налаживание эффективных организационных коммуникаций, то есть правильное сочетание должностных обязанностей и регулярного участия в заседаниях комитетов и комиссий по развитию туризма в регионе, а так же неформальные взаимоотношения [29, с. 74].

Отдельно рассмотрим развитие туризма в Белгородской области. Туристская индустрия Белгородской области в настоящее время содержит 124 коллективных средства размещения, в числе которых 91 гостиница, 18 гостевых усадеб сельского туризма, 15 придорожных комплексов, а также 2 420 предприятий общественного питания, в том числе 122 ресторана, 153 бара, 595 кафе, 203 закусочных и другое [55]. Правительство Белгородской облас-

ти представляет туризм как одно из перспективных направлений ее развития. В Белгородской области принят Закон от 29 декабря 2016 года № 138 «О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма». Закон определяет полномочия органов государственной власти Белгородской области по созданию благоприятных условий для развития туризма в Белгородской области. В настоящее время в области особенно развиты такие виды туризма, как: событийный, культурно-познавательный и сельский. При участии департамента экономического развития Белгородской области был составлен план мероприятий событийного туризма Белгородской области на 2017 год, который представлен в приложении 10. В Белгородской области открываются новые туристические маршруты, туристско-рекреационные зоны и комплексы. В приложении 11 представлены наиболее популярные достопримечательности Белгородской области, посещаемые туристами.

Таким образом, в Российской Федерации региональные стратегии развития туризма поддерживаются местными властями. Тактическая и операционная деятельность развития туризма осуществляется непосредственно на местах, где определяются способы реализации стратегии, включающие в себя ключевые направления. При выборе приоритетного направления развития необходимо основываться на закладываемых стратегических установках.

В России разработаны региональные целевые программы развития туризма в субъектах РФ, которые также софинансируются Ростуризмом.

Наибольшее количество туристских фирм сосредоточено в Центральном федеральном округе. Наибольшее количество туристских фирм по Центральному федеральному округу в 2015 году сосредоточено в Московской области - 600 ед., и в г. Москве - 577 ед.

В 2015 году лидерами по числу реализованных турпакетов по Центральному федеральному округу стали следующие области: Московская область, г. Москва и Тверская область.

Вывод по второй главе.

Международная туристская индустрия в Российской Федерации регулируется государством, а также правовыми документами и актами. Основными правовыми документами являются: Конституция РФ, ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132-ФЗ от 24.11.96 г., Гражданский кодекс РФ, ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в РФ» № 114-ФЗ от 15.08.96 г., Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ».

Экономико-правовые особенности международной туристской индустрии в России характеризуются тем, что на современном этапе государство уделяет большое внимание совершенствованию туристской инфраструктуры, привлечению новых инвестиций в отрасль, способствует увеличению доходов граждан, а так же доходы государства за счет налоговых поступлений от туристской индустрии.

В Российской Федерации международная туристская индустрия считается одной из самых приоритетных отраслей экономики. Правительство Российской Федерации разрабатывает и утверждает новые федеральные целевые программы, которые направлены на реализацию основных стратегий развития туристской индустрии и туризма как в целом по стране, так и в регионах. Для совершенствования международной туристской индустрии на территории Российской Федерации, государство законодательно предусматривает стандарты в отношении лицензирования, стандартизации и сертификации товаров и услуг в данной сфере.

Анализ состояния и динамики развития международной туристской индустрии Российской Федерации показал, что туристская индустрия стремительно развивается, несмотря на политическую и экономическую обстановку. На фоне резкого снижения зарубежных поездок растет спрос на внутренний туризм, что ведет к удорожанию услуг и в этой сфере. В 2015 году был наибольший поток иностранных туристов на территорию России. Наибольшее количество иностранных туристов, принятых турфирмами в 2015

году были из таких стран, как Китай - 566,6 тыс. чел., Германия - 54,9 тыс. чел. и Япония - 22,7 тыс. чел.

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения, а также количество специализированных средств размещения увеличилось с 2013 года по 2015 год. Возросло количество коллективных средств размещения и численность санаторно-курортных организаций. Количество домов отдыха не изменилось, но количество баз отдыха и туристических баз сократилось в 2015 году. В период с 2013 по 2015 годы, количество ресторанов, баров и кафе на территории России увеличилось. Объем платных услуг населению в сфере туризма с 2013 по 2015 гг., в целом, увеличился.

Основы формирования стратегии развития туризма в российских регионах, на всех уровнях управления, поддерживаются местными властями. Тактическая и операционная деятельность развития туризма осуществляется непосредственно на местах, где определяются способы реализации стратегии. Разработаны региональные целевые программы развития туризма в субъектах РФ, которые софинансируются Ростуризмом. Их главная стратегическая задача – обеспечение регионов современной инфраструктурой, которая бы отвечала требованиям современной туристской индустрии.

Наибольшее количество туристских фирм сосредоточено в Центральном федеральном округе. Наибольшее количество туристских фирм по Центральному федеральному округу в 2015 году сосредоточено в Московской области и г. Москве. В 2015 году лидерами по числу реализованных турпакетов по Центральному федеральному округу стали следующие области: Московская, Тверская и г. Москва.

Наибольшая численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами Центрального федерального округа в туры по России в 2015 году наблюдается в г. Москве - 533,5 тыс. чел., Московской области - 83,3 тыс. чел. и Калужской области - 72,1 тыс. чел.

ГЛАВА 3. СЛОЖНОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

3.1. Проблемы развития международной туристской индустрии на территории России

Состояние международной туристской индустрии на территории Российской Федерации показывает недостаточный уровень развития данной отрасли и его не соответствия международным стандартам. В России существует множество сдерживающих факторов развития туристской индустрии и въездного туризма. Проблемы развития международной туристской индустрии в России во много взаимосвязаны с социально-экономической политикой государства и носят характер срочного разрешения [66, с. 89].

Одной из главных проблем развития международной туристской индустрии России является несовершенство, а во многих регионах страны, и отсутствие качественной, современной инфраструктуры туристской отрасли. Это значительно влияет на внутренний и въездной туристский поток страны. Туристы будут предпочитать посещать те страны и регионы, в которых инфраструктура отвечает всем современным требованиям. В России данная проблема находится в стадии разрешения и пока еще является одним из тех факторов, которые сдерживают и препятствуют развитию туристской индустрии. Большинство гостиниц и аналогичных средств размещения соответствуют лишь минимальным стандартам проживания. Так же существует дефицит крупных массовых объектов индустрии развлечений, что играет важную роль при проведении туристами досуга [74, с. 430].

Следующая проблема заключается в не соответствии транспортного комплекса России современным требованиям международной туристской индустрии. Качество российских дорог желает лучшего, а некоторые вообще находятся в плохом состоянии. В России плохо развита система и организация железнодорожных, автобусных, морских и авиаперевозок туристов, что препятствует развитию туристской индустрии. Существует сложная прямая и косвенная взаимозависимость между развитием турист-

ской индустрии и транспортным комплексом, так как большой приток туристов в страну, способствует увеличению объемов пассажиро-перевозок. Туристская индустрия заинтересована в предложении со стороны транспорта новых услуг, снижении издержек на транспорте и в повышении качества услуг [14, с. 20]. Для решения данной проблемы государству нужно в будущем выделять больше денежных средств на реализацию инвестиционных проектов по развитию транспортной инфраструктуры общего пользования, развивать и совершенствовать авиа, железнодорожные и морские перевозки туристов. Организация, высокое качество, состояние и уровень развития транспортного комплекса является одним из факторов дальнейшего развития международной туристской индустрии России

Другая важная проблема, которая препятствует развитию международной туристской индустрии на территории Российской Федерации это проблема финансирования и инвестирования. В современных условиях международная туристская индустрия нуждается в больших инвестициях и интенсивном вложении капитала в экономически эффективные технологии создания туристских услуг, которые в будущем будут гарантировать конкурентоспособность туристской индустрии на внутреннем и мировом рынке [44, с. 37].

Государство пытается финансировать данную отрасль через федеральное финансирование, гранты, конкурсы с финансовой поддержкой и поиск инвесторов. В приложении 12 подробно рассмотрены каждые из методов финансирования туристской индустрии. Российская экономика является очень рискованной для иностранных инвесторов из-за ряда факторов, поэтому объем инвестиций в сферу туризма является не большим, что затормаживает темп развития международной туристской индустрии России. В связи с этим, необходимо привести в действие организационно-экономические механизмы, стимулирующие инвестиционную деятельность в данной сфере, в целях привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры туризма с учетом специфики данной отрасли.

Еще одной из проблем туристской индустрии Российской Федерации является ценовая политика. Уровень гостиничных услуг очень низкий, но цены на них необоснованно завышены. Туристам не выгодно осуществлять поездки по России, так как большую часть своих расходов они будут тратить на необоснованно завышенную цену на проживание в гостиницах и отелях, которые, к сожалению, не отвечают требованиям международных стандартов [61, с. 202]. Цены в основном завышены из-за недостаточного количества гостиниц. Скрытая олигополизация рынка также является одной из проблем международной туристской индустрии в России. У туристов в основном нет выбора по соотношению: цена-качество, так как множество гостиниц в России имеют квалификацию 2-3 звезды. Многие гостиницы носят звание гостиниц квартирного типа и цены на их услуги тоже необоснованно завышены. Открытие новых пятизвездочных отелей может носить нецелесообразный характер из-за небольшого потока туристов, но такое мероприятие смогло бы выровнять ценовую политику в данной отрасли и способствовать появлению фирм прайс-тейкеров, которые функционируют при условии совершенной конкуренции [61, с. 203].

Следующая проблема заключается в дефиците высококвалифицированных кадров, что проявляется в низкокачественной организации обслуживания туристов. Это не позволяет создать конкурентоспособный продукт. Формирование данной проблемы стоит отметить с такого важного ресурса как образование. В российских университетах, такие направления подготовки как «гостиничное дело» или «туризм» только стали набирать популярность среди абитуриентов, но данные направления есть не в каждом университете. Из этого следует не особая популярность данной профессии. Государству нужно больше внимания уделить профессиональной подготовке высококвалифицированных специалистов в международной туристской индустрии, проводить больше масштабных мероприятий направленных на популяризацию и привлечение молодых специалистов в данную отрасль [61, с. 203].

Из выше указанной проблемы вытекает следующая серьезная проблема международной туристской индустрии России - языковой барьер. Страны, в которых туризм развит на достаточно высоком уровне, четко понимают, что владение иностранными языками, в особенности английским, намного упрощает систему сотрудничества с туристами из разных стран, а так же обеспечивает достойную организацию международной туристской индустрии [61, с. 204]. Когда турист приезжает в другую страну, он должен быть уверен, что сможет легко наладить коммуникацию с местным обществом. В России государство недостаточно активности проявляет в вопросе изучения населением хотя бы «общепринятого» английского языка. Английский язык обязательно изучают в школах, университетах, но этого уровня либо недостаточно, либо учащиеся не осознают той важности данного предмета и не делают акцента на его изучении, что значительно снижает общероссийский уровень коммуникации с иностранцами. Данная проблема может быть решена государством при помощи принуждения изучения иностранных языков учащимися через введение обязательного государственного экзамена в образовательных учреждениях.

Серьезную проблему представляет незначительная доля крупных отечественных туркомпаний, которые занимаются реализацией внутреннего туристического продукта. Только в последние годы наметились тенденции переориентации туристических компаний на создание внутренних турпакетов [23, с. 200]. Государству необходимо активно стимулировать туристический бизнес, который специализируется на продвижении внутреннего туристского продукта. Это обеспечит ускорение процесса импортозамещения в туристской индустрии.

В России очень низкая активность общественных туристических ассоциаций и организаций, что представляет собой одну из проблем. Данные ассоциации и организации заняты в усовершенствовании и реформировании туристской индустрии, а так же в выборе мер по укреплению туристской индустрии. Так же некоммерческие организации, которые представлены прак-

тиками и экспертами туризма могут содействовать решению основных локальных проблем данной индустрии [23, с. 200].

Проблема предоставления визы также актуальна на данный момент времени в России. Система предоставления визы иностранным гражданам является очень сложной и нуждается в упрощении, поскольку многих иностранных туристов отталкивают длительные ожидания получения краткосрочной визы и необходимость отмечаться в Федеральной Миграционной службе в течении 7 дней после приезда [81, с. 273]. Государству данную обязанность можно переложить на служащих отеля, для предоставления беззаботного отдыха иностранным туристам.

Таким образом, часть проблем международной туристской индустрии на территории Российской Федерации требуют неотложного вмешательства со стороны государства. Часть проблем разрешаются со стороны представителей малого и среднего бизнеса, которые активизировали деятельность в части предложений отечественных туристических продуктов.

Основными проблемами международной туристской индустрии России являются: проблема финансирования, несовершенство местной туристской инфраструктуры, несоответствие транспортного комплекса России современным требованиям международных стандартов, неоправданно завышенные цены на гостиницы и отели, дефицит высококвалифицированных специалистов в данной отрасли, языковой барьер. Также незначительная доля крупных отечественных туркомпаний, занимающихся реализацией внутреннего туристического продукта и низкая активность общественных туристических ассоциаций и организаций.

3.2. Стратегические направления развития российской туристской индустрии в современных условиях

В Российской Федерации большое значение придается государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма, в частности международной туристской индустрии на территории России.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года № 941-р была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Данная стратегия была разработана для повышения качества и конкурентоспособности туристского продукта, как на внутреннем рынке, так и на мировом.

В Стратегии развития туризма до 2020 года предусмотрено определение приоритетных направлений развития отдельных видов туризма на основе исследований потенциального спроса и анализа основных мировых туристских потоков. Так же предусмотрено развитие наиболее доступной туристской среды и координация региональных программ развития туристской индустрии [23, с. 198].

В России одним из перспективных направлений стратегического развития международной туристской индустрии является формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма. Всемирная организация по туризму определяет имидж страны как совокупность эмоциональных и рациональных представлений. Имидж страны определяется следующими характеристиками: достоинствами и недостатками, формальными показателями состояния, тенденцией развития туризма в стране и спецификой субъективного восприятия аудиторией данной страны. Имидж страны обусловлен ценностными установками воспринимающей его аудитории, формирующийся под влиянием вытекающих из сравнения всех признаков страны, собственного опыта аудитории имиджа и слухов, влияющих на создание определенного образа и мнения о стране. Имидж страны зависит, прежде всего, от инерции социально-культурных предубеждений и исторически сложившегося стереотипа мышления, свойственных воспринимающей аудитории, что отражает штампы ее исторической памяти. Поэтому сложившиеся представления о стране позволяет при упоминании ее названия сразу же строить целую цепь ассоциаций к этой стране. Благоприятный имидж России в отношении туризма играет очень важную роль в развитии международной туристской индустрии на территории Российской Федерации [39, с. 33].

Для позиционирования России как страны, благоприятной для туризма нужно будет больше внимания уделять работе на зарубежных приоритетных географических площадках. Работа состоит в том, что бы организовывать национальный стенд Российской Федерации с участием российских регионов на ключевой международной туристской выставке (ярмарке) страны - приоритетной географической площадке с участием представителя от Ростуризма в делегации [39, с. 40]. Так же следует выпускать справочную литературу на языке данной страны для распространения ее на выставке и через российские официальные органы в данной стране (посольство, генеральные консульства, представительства авиакомпаний).

Важным так же будет проведение оплаченных российской стороной рекламные туры по российским регионам для представителей зарубежных туроператоров и журналистов. Необходимо обеспечить взаимодействие с корпусом зарубежных СМИ, аккредитованных при МИД России, а так же проводить презентационные туры по нескольким ключевым городам страны в составе делегаций из представителей российских региональных органов управления туризмом и представителей от отечественной туристской индустрии для встреч с локальными турфирмами [39, с. 41].

Следующим перспективным направлением стратегического развития Российской Федерации является создание собственного туристского бренда России. Практически все страны, в которых туристская индустрия развита на высоком уровне, имеют свой туристический бренд. Бренд ассоциируется у туристов с определенной страной. В Российской Федерации по инициативе Федерального агентства по туризму в 2015 году был проведен первый этап открытого Всероссийского конкурса «Туристский бренд России». Данный конкурс заключался в следующем: участники конкурса должны придумать некие комбинированные обозначения, то есть бренд, в состав которого будет входить изобразительные и словесные элементы. Бренд должен обеспечить узнаваемость Российской Федерации как привлекательного туристического центра и способствовать продвижению отечественного туристского товара. В

приложении 13 представлены несколько официальных работ участников конкурса, которые были отобраны экспертной комиссией для участия в финале открытого конкурса идей на создание изобразительного и словесного обозначения «Туристский бренд России». В 2016 году Ростуризм совместно с Ассоциацией брендинговых компаний России провели второй этап конкурса, который заключался в профессиональной разработке бренда уже специалистами брендинговых агентств, которые были привлечены на безвозмездной основе на принципах социальной ответственности бизнеса. Профессионалы используют в своей работе материалы, которые были присланные участниками конкурса на первом этапе, в качестве референсов. В 2017 году Федерального агентства по туризму объявит результаты конкурса. Данный бренд нужно будет продвигать через рекламу, а так же на сувенирной и полиграфической, фото- и видеопродукции отечественных туристических и других услуг в России и за рубежом. Это поспособствует дальнейшему продвижению и развитию международной туристской индустрии на территории Российской Федерации.

Создание бренда для каждого российского региона или его административного центра, также будут способствовать продвижению международной туристской индустрии России. В некоторых регионах страны, уже существуют туристские бренды, продвижению которых поспособствовали местные власти. В приложении 14 приводится пример туристского бренда города Белгорода.

Развитие межрегионального туризма является так же одним из перспективных направлений стратегического развития международной туристской индустрии на территории Российской Федерации.

В перспективе будет эффективным создание крупных межрегиональных объединений, которые поспособствуют развитию туристской индустрии. Основной функцией округа будет координация деятельности региональных органов. Это поднимет на более высокий уровень качество туристского менеджмента [91, с. 35]. Здесь возможны следующие направления развития и

решаемые задачи: обмен опытом между регионами, привлечение инвесторов, продвижение на уровне округа, координация работы с федеральными органами исполнительной власти по развитию туризма и межрегиональные проекты.

Межрегиональные проекты стоит рассмотреть как основные перспективные направления стратегического развития новых видов туризма внутри регионов: развитие событийного туризма, круизного туризма, молодежного туризма, сельского туризма, гастрономического туризма, экологического, паломнического и других видов, которые недостаточно развиты в регионах либо вообще отсутствуют [91, с. 38].

Таким образом, можно выделить три основных перспективных направления стратегического развития международной туристской индустрии России: формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма, создание собственного туристического бренда России и развитие межрегионального туризма на территории России.

Направления стратегического развития международной туристской индустрии России в современных условиях, способствуют ее совершенствованию, а так же сформируют высокоэффективный и конкурентоспособный комплекс туристической сферы. Это обеспечит широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристических услугах и повысит роль туристской индустрии в экономике Российской Федерации.

Вывод по третьей главе.

Международная туристская индустрия на территории Российской Федерации имеет следующие проблемы, которые препятствуют дальнейшему ее развитию: проблема финансирования, отсутствие современной инфраструктуры, несоответствие транспортного комплекса России современным требованиям международных стандартов, проблема инвестирования, дефицит высококвалифицированных кадров, языковой барьер, небольшая доля отечест-

венных туркомпаний занимающихся реализацией внутреннего туристического продукта и другие.

Можно выделить три основных перспективных направления стратегического развития международной туристской индустрии Российской Федерации:

- 1) формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма;
- 2) создание собственного туристического бренда России;
- 3) развитие межрегионального туризма.

Направления стратегического развития международной туристской индустрии России поспособствуют ее совершенствованию, а также сформируется конкурентоспособный комплекс туристической сферы, что обеспечит широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристических услугах и повысит роль туристской индустрии в экономике Российской Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования выпускной квалификационной работы нами была достигнута основная цель: обоснованы организационно-экономические условия развития международной туристской индустрии Российской Федерации и выявлены её стратегические направления развития.

Выводы, полученные в результате исследования, позволили дать комплексную характеристику международной туристской индустрии на территории России.

В рамках проведенного исследования были получены следующие результаты: международный туризм представляет собой экономическую категорию. Под воздействием современных тенденций туризм интенсивно развивается, приобретает новые черты и образует формирующийся отраслевой комплекс мирового хозяйства. Туризм содержит значительный инновационный потенциал, который функционирует за счет удовлетворения потребностей туристов в разнообразных видах отдыха.

В современном мире международный туризм не возможен без туристской индустрии. Туристская индустрия представляет взаимосвязанную систему предприятий и фирм, предоставляющих туристам все необходимые товары и услуги, а так же включает в себя развитую инфраструктуру, транспортное обеспечение, сферу питания, развлечений и многое другое.

Исследователи из разных стран мира пытались охарактеризовать структуру туристской индустрии и ее основные составляющие. Современная структура туристской индустрии состоит из трех основных компонентов: индустрии развлечений, индустрии гостеприимства и глобальных компьютерных сетей.

Как и каждая развитая отрасль народного хозяйства, туристская индустрия регулируется международными правовыми актами и соглашениями. К всемирным организациям, которые регулируют данную отрасль, относят Организацию Объединенных Наций и Всемирную туристскую организацию.

Деятельность данных организаций направлена на формирование законодательной базы в сфере туризма, упрощения туристских формальностей, обеспечения безопасности туристов и регулировании межгосударственной политики в области туризма.

Существует множество международных союзов, объединений, соглашений, которые способствуют формированию законодательной базы в данной отрасли, это: Гаагская декларация по туризму (1989 г.), Всемирная федерация туристских агентств (1966 г.), Глобальный кодекс этики туризма (1999 г.) и другие.

В России международная туристская индустрия регулируется государством и такими правовыми документами, как: Конституцией РФ, ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132 ФЗ от 24.11.96 года, Гражданским кодексом РФ, ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» № 114 ФЗ от 15.08.96 года, Законом РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», Закон РФ от 27 ноября 1992 года № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ».

Экономико-правовые особенности международной туристской индустрии России характеризуются тем, что государство уделяет большое внимание ее совершенствованию, привлечению новых инвестиций, старается увеличить доходы граждан от данной отрасли, а так же доходы государства за счет налоговых поступлений от туристской индустрии.

Геополитические трансформации, санкции в отношении России, девальвации рубля, падением цен на нефть, временным ограничением на совершение авиаперелетов российских туристов в Египет и Турцию - поспособствовали поддержке и содействию со стороны государства международной туристской индустрии России. Государство старается создать наиболее благоприятные условия для ее развития и функционирования.

В Российской Федерации международная туристская индустрия считается одной из самых приоритетных отраслей экономики. Правительство Российской Федерации разрабатывает и утверждает новые федеральные целевые

программы, которые направлены на реализацию основных стратегий развития туристской индустрии и туризма как в целом по стране, так и в регионах. Для совершенствования международной туристской индустрии России, государство законодательно предусматривает определенные стандарты в отношении лицензирования, стандартизации и сертификации товаров и услуг в этой сфере.

Анализ состояния и динамики развития международной туристской индустрии Российской Федерации показал, что туристская индустрия стремительно развивается, несмотря на политическую и экономическую обстановку. На фоне резкого снижения зарубежных поездок российских туристов, растет спрос на внутренний туризм, что ведет к удорожанию услуг и в этой сфере. За январь-октябрь 2016 года цены на внутренний туризм выросли на 8%.

Наибольший поток иностранных туристов на территорию Российской Федерации пришелся на 2015 год и составил 26 852 тыс. чел. Наибольшее количество иностранных туристов, принятых турфирмами России в 2015 году, были из таких стран, как Китай - 566,6 тыс. чел., Германия - 54,9 тыс. чел. и Япония - 22,7 тыс. чел.

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения, а также количество специализированных средств размещения с 2013 по 2015 гг. увеличилось. Возросло количество коллективных средств размещения и численность санаторно-курортных организаций. Количество домов отдыха не изменилось, а количество баз отдыха и туристических баз сократилось в 2015 году. В период с 2013 по 2015 гг., количество ресторанов, баров, кафе на территории Российской Федерации имеет тенденцию к увеличению.

Объем туристских платных услуг населению в 2015 году составил 158 252 млн. руб. Объем платных услуг населению в сфере гостиничной деятельности в 2015 году составил 188 992 млн. руб., а объем платных санаторно-оздоровительных услуг в 2015 году составил 110 513 млн. руб.

По опросам, проведенным ВЦИОМ, в последние годы предпочтения россиян относительно летнего отдыха значительно изменились. В 2013 году доля опрошенных, которые отдыхали на даче, составила 18%, а в 2015 году достигла 50%. Доля отдохнувших в Крыму в 2015 году составила 6%, а в 2016 году – 4%. Бюджет поездки на человека в 2016 году по факту снизился до 36 тыс. руб., хотя в 2015 году составлял 38,5 тыс. руб.

Для сохранения и воспроизводства рекреационных ресурсов страны, территория России поделена на 9 определенных зон, специализирующихся на определенных видах рекреации. Они могут иметь федеральное, региональное и местное значение. Постановлением Правительства РФ от 3 февраля 2007 года создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа.

Стратегии развития туризма в российских регионах, на всех уровнях управления, поддерживаются местными властями. Тактическая и операционная деятельность развития туризма осуществляется непосредственно на местах, где определяются способы реализации стратегии, включающие в себя ключевые направления. Разработаны региональные целевые программы развития туризма в субъектах РФ, которые также софинансируются Ростуризмом. Их главная стратегическая задача - это обеспечение регионов необходимой инфраструктурой, которая смогла бы отвечать требованиям современной международной туристской индустрии.

В ходе исследования было выявлено, в каком федеральном округе России сосредоточено наибольшее количество туристских фирм - это Центральный федеральный округ. В 2015 году их количество составило - 2 897 ед. Наибольшее количество туристских фирм по Центральному федеральному округу в 2015 году сосредоточено в Московской области - 600 ед., и в г. Москве - 577ед.

В 2015 году лидерами по числу реализованных турпакетов по Центральному федеральному округу стали следующие области: Московская область- 107,4 тыс., г. Москва - 1 100,7 тыс. и Тверская область - 36 тыс. Боль-

ше всего турпакетов по Центральному Федеральному округу пришлось на 2013 год - 1612,1 тыс.

Наибольшая численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами Центрального федерального округа в туры по России в 2015 году наблюдается в г. Москве - 533,5 тыс. чел., Московской области - 83,3 тыс. чел. и Калужской области - 72,1 тыс. чел.

В ходе исследования выпускной квалификационной работы, мы выявили следующие основные проблемы международной туристской индустрии России: проблема финансирования, отсутствие современной инфраструктуры, не соответствие транспортного комплекса страны современным стандартам, проблема инвестирования, дефицит высококвалифицированных кадров, языковой барьер, небольшая доля крупных отечественных туркомпаний, которые занимаются реализацией внутреннего туристского продукта и другие проблемы. Проблемы требуют неотложного вмешательства со стороны государства.

Нами были выявлены три основных перспективных направления стратегического развития международной туристской индустрии России:

- 1) формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма;
- 2) создание собственного туристического бренда России;
- 3) развитие межрегионального туризма на территории России.

Направления стратегического развития российской международной туристской индустрии в современных условиях, поспособствуют совершенствованию данной отрасли. Сформируется конкурентоспособный комплекс, что обеспечит широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах и повысит роль туристской индустрии в экономике Российской Федерации.

Таким образом, развитие международной туристской индустрии Российской Федерации имеет большие перспективы развития и может значительно повысить международный престиж страны, принеся ей значительные инвестиции и доходы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Глобальный этический кодекс туризма [Электронный ресурс]: Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН 21 дек. 2001 г. // Организация Объединенных Наций. Разд. «Документы».
2. Хартия туризма [Электронный ресурс]: Одобрена резолюцией I VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской Организации 22 сен. 1985 г. // Российский Союз Туриндустрии. Разд. «Законодательная база туристской деятельности».
3. Гаагская декларация по туризму [Электронный ресурс]: Принята 14 апр. 1989 г. в Гааге // Российский Союз Туриндустрии. Разд. «Законодательная база туристской деятельности».
4. Конституция Российской Федерации от 12 дек. 1993 года [Электронный ресурс]: с изменениями от 21 июл. 2014 года // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
5. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ [Электронный ресурс]: с изменениями от 28 март 2017 года // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
6. О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию [Электронный ресурс]: федер. закон: от 15 авг. 1996 г. № 114-ФЗ в ред. от 17 апр. 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
7. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон: от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ: в ред. от 28. дек. 2016 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
8. Об организации страхового дела в Российской Федерации [Электронный ресурс]: закон: от 27 нояб. 1992 г. № 4015-1 в ред. от 3 июл. 2016 г.

// Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

9. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон: от 7 фев. 1992 г. № 2300-1 в ред. от 3 июля. 2016 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

10. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 г.)» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 2 авг. 2011 № 644 в ред. от 31 янв. 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

11. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 15 апр. 2014 г. № 317 в ред. от 31 март. 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

12. О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма [Электронный ресурс]: Закон Белгородской области от 29 дек. 2016 г. № 138 // Вестник нормативно правовых актов Белгородской области: офиц. сайт: [сайт]. – Режим доступа: <https://zakon.belregion.ru/upload/iblock/f99/138.pdf>.

13. Абазян, А. Г. Маркетинг в туристской индустрии [Текст] : учеб. пособие / А. Г. Абазян, Д. А. Горбачева, А. Н. Секисов. – Краснодар : КГУКИ, 2015. – 118 с.

14. Аникин, Е. Н. Актуальные проблемы соответствия развития транспортного комплекса России современным требованиям туристской индустрии [Текст] / Е. Н. Аникин // Сервис plus. – 2016. № 3. – С. 18-27.

15. Барабанов, М. В. Перспективы развития новых форм туризма в России [Текст] / М. В. Барабанов // Прохоровские чтения: сб. статей. – Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «ВГУВТ», 2016. – С. 114 – 118.

16. Белгородская область [Электронный ресурс]: [сайт]. – Национальный календарь событий. - Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/region/belgorod-oblast>.
17. Борисова, А. О. Международный въездной туризм как составляющая механизма устойчивого развития регионов России [Текст] / А. О. Борисова // Экономические исследования. – 2016. - № 2. – С. 33-42.
18. Братановский, С. Н. Правовое регулирование туризма в Российской Федерации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Братановский, М. С. Братановская, С. А. Кочерга. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 180 с.
19. Бренд города Белгорода [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Сайт органов местного самоуправления города Белгород. - Режим доступа: <http://www.beladm.ru/o-belgorode/brend-goroda-belgoroda/>.
20. Бурутина, А. В. Положительное влияние туризма на экономику страны [Текст] / А. В. Бурутина, А. А. Никитенко, Н. Н. Саяпина // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации: сб. статей. – Чита: Издательство ЗабГУ, 2016. – С. 80 – 83.
21. Васильева, Д. В. Влияние туризма на экономический потенциал Российской Федерации [Текст] / Д. В. Васильева, С. Е. Грицай // Символ науки. – 2016. - № 11. – С. 30-32.
22. Вирина, Н. Е. Некоторые вопросы международно-правового регулирования туристской индустрии [Текст] / Н. Е. Вирина // Проблемы развития современной науки: сб. статей. – Пермь: Издательство ИП Сигитов Т. М., 2016. – С. 140 – 141.
23. Власова, Т. А. Проблемы развития туристической отрасли и их решение в контексте проведения политики импортозамещения [Текст] / Т. А. Власова, Е. Н. Трофименко, Е. В. Дзюбенко // Дискурс. – 2017. - № 1. – С.197-203.
24. Власова, Т. И. Ключевые направления развития культурного туризма в России [Текст] / Т. И. Власова // Глобальный научный потенциал: реакция и туризм. – 2016. - № 10. – С. 74-77.

25. Волков, С. К. Маркетинговое продвижение России как туристического направления [Текст] : учеб. пособие / С. К. Волков. – Волгоград : ВолГТУ, 2016. – 128 с.
26. Волошин, Н. И. Международный туризм: Правовые акты [Текст] / Н. И. Волошин, М. В. Михайлов. – М. : Логос, 2014. – 575 с.
27. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Текст] : учеб. пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 462 с.
28. Динамика спроса на туристские услуги в России: [Текст]: бюллетень о текущих тенденциях российской экономики / Аналитический центр при правительстве Российской Федерации; отв. ред. Л. Григорьев, А. Лобанова, В. Павлюшина. – М. : Аналитический центр при правительстве Российской Федерации, 2016. – 16 с.
29. Зенченко, С. В. Методические основы формирования стратегии развития туризма в регионе [Текст] / С. В. Зенченко, Е. О. Леденева // Вестник Северо-Кавказского Федерального университета. – 2016. - № 3. – С. 71-76.
30. Зобнин, А. Ю. Международный туризм как фактор экономического развития Российской Федерации [Текст] / А. Ю. Зобнин // Успехи современной науки и образования. – 2016. - № 12. – С. 75-78.
31. Илюхина, Е. Ю. Проблемы и перспективы сервисного обслуживания в туристской индустрии России [Текст] / Е. Ю. Илюхина, Е. Н. Хабалева // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки: сб. статей. – Орел: Издательство ОрелГУЭТ, 2016. – С. 159 - 160.
32. Индустрия туризма и индустрия гостеприимства [Электронный ресурс]: [сайт]. – Гостиничное дело. Теория и практика - Режим доступа: http://dw6.ru/industriya_turizma_i_industriya_gostepriimstva.html.
33. Квартальнов, В. А. Туризм [Текст] : учеб. пособие / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 336 с.
34. Конкурс Министра сельского хозяйства России 2009 – 2012 гг. Елены Скрынник «Летний отпуск – в российском селе!» [Электронный ре-

курс]: [офиц. сайт]. – Международный независимый институт аграрной политики. - Режим доступа: <http://мниап.рф/institute/competition-for-farmers/>.

35. Коновалова, Е. Е. Актуальные проблемы въездного туризма в Россию [Текст] / Е. Е. Коновалова, А. А. Силаева, В. П. Леонова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. - № 7. – С. 105-112.

36. Коновалова, Е. Е. Развитие молодежного туризма в России [Текст] / Е. Е. Коновалова, Н. В. Косарева // Сервис в России и за рубежом. – 2016. - № 1. – С. 196-208.

37. Коршунов, А. Г. Перспективы развития туристской индустрии [Текст] / А. Г. Коршунов // Материалы Ивановских чтений. – 2016. - № 5. – С. 296-300.

38. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм [Текст]: учеб. пособие. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 1071 с.

39. Кривошеева, Т. М. Формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма [Текст] / Т. М. Кривошеева // Сервис России и за рубежом. – 2014. - № 7. – С. 33-34.

40. Кульгачёв, И. П. Статистика туризма в России: историография вопроса (на примере российского статистического ежегодника) [Текст] / И. П. Кульгачев // Южно-Уральские научные чтения. – 2015. - № 1. – С. 74-78.

41. Курбан М. К. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации [Текст] / М. К. Курбан // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика. – 2016. – № 10. – С. 130-134.

42. Курилова, Е. В. Особенности подготовки кадров для туристской индустрии [Текст] / Е. В. Курилова, Т. Ю. Чикурова // Вестник Югорского государственного университета. – 2015. - № 4. – С. 12-16.

43. Листопад, М. Е. Развитие въездного туризма как направление обеспечения устойчивого развития туристической отрасли России [Текст] /

М. Е. Листопад, И. С. Щеголькова // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2016. - № 32. – С. 119-123.

44. Мадиев, Б. Н. Проблемы инвестиционного развития инфраструктуры туристской индустрии России [Текст] / Б. Н. Мадиев // Качество управления: методология. – 2014. - № 3. – С. 37-39.

45. Мамедов, Л. А. Туризм - как одно из перспективных направлений развития экономики туристических регионов России [Текст] / Л. А. Мамедов // Молодая наука: сб. статей. – Евпатория: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2016. – С. 241 – 242.

46. Маркетинг в туристской индустрии [Текст] / Е. А. Дробышев, М. В. Закипной, О. Ю. Зевеке [и др.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 303 с.

47. Марченко, К. Ю. Перспективы развития международного туризма в России в условиях геополитических трансформаций [Текст] / К. Ю. Марченко // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского ГАУ. – 2016. - № 118. – С. 979-989.

48. Медовый, А. Е. Современное состояние выездного и въездного туризма в России [Текст] / А. Е. Медовый, А. А. Петрив // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. – 2017. - № 1. – С. 73-77.

49. Международное правовое регулирование туризма [Электронный ресурс]: [сайт]. – Все о туризме: туристическая библиотека. - Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/sokolova.htm.

50. Метревели, Д. Г. Инновационные стратегии развития международного туризма [Текст] / Д. Г. Метревели // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. - № 6. – С. 160-164.

51. Михайлова, Г. В. Состояние индустрии гостеприимства: структура, оценка, тенденции, проблемы развития [Текст] / Г. В. Михайлова, Т. С. Хныкина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2017. - № 1. – С. 231-236.

52. Михайлова, К. Ю. Инновационные направления развития мировой туристской индустрии [Текст] / К. Ю. Михайлова // Вестник АПК Ставрополя. – 2016. - № 1. – С. 260-264.

53. Морозова, Н. С. Формирование предпринимательской среды в регионе с целью развития туристской индустрии [Текст] / Н. С. Морозова, Д. Д. Макарова // Проблемы предпринимательства и банковского права: сб. статей. – М. : ООО «Издательство «Спутник+», 2016. - С. 84 - 87.

54. Мотовиц, Т. Г. Роль индустрии туризма в национальной экономике [Текст] / Т. Г. Мотовиц // Ученые заметки ТОГУ. – 2016. - № 4. – С. 584-590.

55. О Белгородской области [Электронный ресурс]: [сайт]. – Туристический портал Белгородской области. - Режим доступа: <http://beltourism31.ru/o-belgorodskoj-oblasti/>.

56. Объем платных услуг населению в сфере туризма [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/7-1.docx.

57. Опрос «Лето-2015: планы и предпочтения россиян» [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. - Всероссийский центр изучения общественного мнения - Режим доступа: https://wciom.ru/books_magazines/zhurnal_monitoring/.

58. Организации отдыха и туристские базы [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

59. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

60. Основные показатели туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Всемирная туристская организация. - Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/suppl/10.5555/unwtotfb0643010020112015201611>.

61. Паршина, М. И. Проблемы социально-экономического развития туризма в России [Текст] / М. И. Паршина, Э. В. Савина // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления в 21 веке: сб. статей. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2016. – С. 201 – 204.

62. Перечень зон развития туризма федерального значения [Электронный ресурс]: [сайт]. – Туризм в России. - Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/osnovy-turizma/24-osnovnyye-tur-zony-rf>.

63. Пивоварова, Е. А. Развитие международного туризма в России [Текст] / Е. А. Пивоварова, Д. А. Букланов // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. – 2016. - № 3. – С. 78-80.

64. Положение о грантах всероссийской общественной организации «Русское географическое общество» [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Русское географическое общество. - Режим доступа: <https://www.rgo.ru/ru/granty/polozhenie-o-grantah>.

65. Приказ Федерального агентства по туризму « Об организации в Федеральном агентстве по туризму работы по проведению конкурсного отбора концепций лучших проектов по въездному и внутреннему туризму в 2017 году» [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. - Федеральное агентство по туризму. - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/doc/225-Пр-17.pdf>.

66. Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации [Текст] : материалы 2-ой междунар. науч.-практ. конф., Чита, 6 октября 2016 г. / под общ. ред. В. В. Лиханова. – Чита: ЗабГУ, 2016. – 211 с.

67. Региональные целевые программы развития туризма в субъектах РФ [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Федеральное агентство по туризму.

- Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/regionalnye-tselevye-programmy-razvitiya-turizma-v-subektakh-rf/>.

68. Регионы России. Социально-экономические показатели [Текст] : стат. сб. / Федеральная служба государственной статистики; отв. ред. С. Н. Егоренко. – М. : Росстат, 2016. – 1326 с.

69. Роль туризма в Российской Экономике [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. - Федеральное агентство по туризму .- Режим доступа: <http://russiatourism.ru/contents/deyatelnost/rol-turizma-v-rossiyskoj-ekonomike>.

70. Салеева, Т. В. Тенденции развития индустрии туризма в условиях санкций против России [Текст] / Т.В. Салеева, В. В. Миненкова, Д. В. Финкин // Географические исследования краснодарского края: сб. статей. – Краснодар: Издательство КубГУ, 2016. – С. 127 – 131.

71. Санаторно-курортные организации [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

72. Сведения о ресторанах, кафе, барах размещения [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

73. Селеванова, Е. В. Особенности создания туристских экономических зон и их влияние на развитие туризма в России [Текст] / Е. В. Селеванова // Актуальные проблемы современной науки: сб. статей. – Ставрополь: Ставропольский университет, 2016. – С. 112-114.

74. Тельных, В. В. Инфраструктура сферы туристско-рекреационных услуг [Текст] / В. В. Тельных, Ю. Ю. Сулова // Фундаментальные исследования. – 2016. - № 3. – С. 428-431.

75. Топ - 10 брендов, участвующих во всероссийском конкурсе «Туристский бренд России» [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. - Федеральное агентство по туризму. - Режим доступа: <http://tourbrand.russia.travel/>.

76. Туризм Белгородской области [Электронный ресурс]: [сайт]. – Департамент экономического развития Белгородской области. - Режим доступа: <http://www.derbo.ru/other/turizm.html>.

77. Туристско-рекреационные зоны России [Электронный ресурс]: [сайт]. – Туризм в России. - Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/osnovy-turizma/97-turistsko-rekreationsionnye-zony-rossii>.

78. Уокер, Джон Р. Введение в гостеприимство [Текст] : учеб. пособие / Джон Р. Уокер; пер. с англ. [В. Н. Егорова]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 735 с.

79. Фазлиев, С. Ш. Маркетинг туристического бренда на современном этапе [Текст] / С. Ш. Фазлиев // Проблемы современной науки и образования. – 2016. - № 18. – С. 36-40.

80. Федороцва, С. С. Современное состояние индустрии туризма в России [Текст] / С. С. Федороцва // НИЦ «Апробация». – 2016. - № 1. – С. 115-120.

81. Фомина, Ю. В. Проблемы развития въездного туризма в России [Текст] / Ю.В. Фомина // Новая наука: современное состояние и пути развития. – 2017. - № 1. – С. 272-274.

82. Чепукова, А. Б. Роль информации и информационных технологий в современной туристской индустрии [Текст] / А. Б. Чепукова // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. – 2016. - № 2. – С. 84-86.

83. Черномырдина, С. О. Значение рейтинга туристской привлекательности регионов в индустрии туризма [Текст] / О. С. Черномырдина // Science time. – 2016. - № 12. – С. 738-743.

84. Численность граждан РФ и иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. –

Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

85. Численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

86. Число въездных туристических поездок в РФ [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/tab-tur1-1.htm.

87. Шалашникова, В. Ю. Современный туризм в России и тенденции его развития [Текст] / В. Ю. Шалашникова, Д. О. Слюсаренко // Материалы ивановских чтений. – 2017. - № 1. – С. 619-627.

88. Шахова, О. Ю. Проблема определения понятий «туристская индустрия» и «туристская инфраструктура» [Текст] / О. Ю. Шахова // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2015. - № 2. – С. 98-102.

89. Шидакова, Е. Е. Последствия введения санкций на развитие внутреннего туризма в России [Текст] / Е. Е. Шидакова, Г. С. Иванян // Актуальные проблемы современной науки. – 2016. - № 5. – С. 34-36.

90. Шпилевой, И. Н. Международный туризм: теоретико-методологические основы и тенденции развития [Текст] / И. Н. Шпилевой // Потребительская кооперация. – 2015. № 1. – С. 74-79.

91. Юрина, В. С. Межрегиональный туризм как направление устойчивого развития территорий России [Текст] / В. С. Юрина // Россия-Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. статей. – Самара: СГЭУ, 2016. – С. 35 – 40.

92. Яковлева, С. И. Современная динамика Российской туристической индустрии [Текст] / С. И. Яковлева // Вестник ТвГУ. – 2017. - № 1. – С. 88-92.

Приложение 1

Классификация видов туризма

Классификация видов туризма	Описание вида туризма
В зависимости от содержания и целей туристической деятельности:	
лечебно-оздоровительный туризм	подразумевает прохождение определенных восстановительных и лечебных процедур
деловой туризм	предполагает поездки со служебными целями без получения доходов по месту командировки. Деловой туризм можно подразделить на бизнес-поездки, поощрительный туризм и конгрессно-выставочный
образовательный туризм	поездки в целях получения образования за рубежом. Обычно этот вид международного туризма предполагает поездки в развитые страны для совершенствования в языке, получения образования, изучения специальных дисциплин
культурно-исторический туризм	предполагает поездки с целью ознакомления туристов с историческими местностями и памятниками истории
экологический туризм	представляет поездки на охраняемые природные территории, в заповедники, заказники с исследовательскими и промысловыми целями
аграрный туризм	это сектор туристической деятельности, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специализации для создания комплексного туристического продукта
религиозный туризм	представляет собой две его разновидности: паломнический туризм и религиозный экскурсионно-познавательный туризм
паломнический туризм	представляет странствие людей к святым местам
экстремальный туризм	один из видов туристического отдыха, в той или иной степени связанный с риском. В него входят водные, наземные, горные, воздушные, экзотические виды
По источникам финансирования:	
коммерческий туризм	предполагает уплату отдыхающими полной цены за путевки и услуги
социальный туризм	частично или полностью субсидируется из различных источников. Социальный туризм большим спросом пользуется у населения, которое имеет невысокие доходы (инвалиды, пенсионеры, школьники, студенты и др.)
По числу участников туризма:	
индивидуальный	от одного до пяти человек
групповой	шесть и более человек
По возрастному критерию:	
туризм пожилых людей	если туристу от 60 лет
туризм лиц среднего возраста	если туристу в пределах 45-59 лет
молодежный туризм	если туристу в пределах 18-44 лет
В зависимости от способа организации поездки:	
организованный	приобретение туров через фирму с последующим комплексом обслуживающих услуг
неорганизованный	самодеятельный

Источник: [27, с. 12].

Приложение 2

Численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами
Российской Федерации за 2013 - 2015 гг., тыс. чел.

	2013	2014	2015
Принято иностранных туристов – всего	348,5	291,9	754,8
в том из стран:			
страны СНГ	10,4	7,6	3,2
Европа			
Австрия	1,6	1,6	1,9
Болгария	0,4	0,1	0,2
Германия	49,0	39,1	54,9
Греция	1,5	1,3	0,1
Испания	11,0	3,5	3,1
Италия	19,6	6,7	18,0
Норвегия	0,7	0,4	0,5
Польша	4,8	2,8	0,4
Соединенное Королевство (Великобритания)	16,7	4,0	2,9
страны Прибалтики	7,9	4,0	0,3
Финляндия	11,9	11,3	9,5
Франция	14,6	5,6	16,8
Хорватия	1,8	0,4	0,1
Чешская Республика	7,1	1,3	0,8
Швеция	1,3	2,0	5,8
другие страны Европы	10,4	11,6	13,0
Азия			
Израиль	2,0	0,2	0,5
Индия	3,0	3,7	1,8
Кипр	0,9	0,0	0,0
Китай	97,2	106,5	566,6
Корея	1,2	3,2	3,9
Объединенные Арабские Эмираты	0,1	0,1	0,2
Таиланд	0,3	1,0	0,9
Турция	3,1	0,8	0,9
Япония	36,0	33,2	22,7
другие страны Азии	10,4	9,9	11,0
Африка			
Египет	0,3	0,6	0,1
другие страны Африки	0,8	0,2	0,0
Америка			
Бразилия	0,5
Канада	0,9	0,9	5,0
США, включая Гавайские острова	9,5	11,1	4,7
другие страны Америки	5,6	4,5	1,9
Австралия и Океания	6,4	12,7	1,9

Источник: [85]

Приложение 3

Объем платных услуг населению России в сфере туризма за 2013-2015 гг.

	2013	2014	2015	2014/2013 (+/-)	2015/2014 (+/-)
Объем платных услуг населению, млн. руб.:					
туристские	145784	147541	158252	+1757	+10711
гостиницы и аналогичные средства размещения	162387	175709	188992	+13322	+13283
санаторно-оздоровительные	82444	92300	110513	+9856	+18213

Источник: [56]

Приложение 4

Перечень туристских и курортных зон РФ федерального значения

Зоны развития туризма федерального значения	Специализация по видам туризма	Города, районы, рекомендуемые для развития туризма
1. Север (Архангельская, Вологодская, Мурманская области, республика Карелия)	Познавательный и экологический круизы, охота, рыбная ловля, походы, паломничество	Архангельск, Соловки, Вологда, Волго-Балт. Канал, Петрозаводск, Кижы, Валаам, Хибиньы, Сортавала
2. Северо-Запад (Санкт-Петербург, Ленинградская, Новгородская, Псковская области)	Познавательный, деловой и конгресс-туризм, отдых, круизы, автотуризм	Санкт-Петербург, Выборг, Павлов, Ломоносов, Петродворец, Пушкин, Ст. Руса, Валдай, Псков, Печеры, Пушкинские горы
3. Балтийское побережье (Калининградская область)	Деловой туризм, круизы, отдых с лечением	Калининград, Зеленоград, Светлогорск, Рыбачье
4. Москва и Московская область	Познавательный, деловой, конгресс-туризм и автотуризм	Москва, Верея, Сергиев Посад, Руза Звенигород, Коломна, Коломна, Истра
5. Золотое кольцо древних русских городов (Владимирская, Ивановская, Костромская, Ярославская и Тверская области)	Познавательный и деловой туризм, отдых с лечением и отдых без активных способов передвижения, круизы, автотуризм	Кострома, Ярославль, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Тугаев, Углич, Верхний-Волочек, Тверь, Осташков, Торжок, озеро Селигер
6. Поволжье (Нижегородская, Самарская, Ульяновская, Волгоградская, Астраханская области, республики Чувашия и Татарстан)	Познавательный и деловой туризм, отдых с лечением и отдых без активных способов передвижения, круизы, рыбная ловля	Нижний Новгород, Большое Болдино, Астрахань
7. Северный Кавказ		
7.1 Каспийское побережье (республика Дагестан)	Отдых без активных способов передвижения, лечение, познавательный туризм	Дербент
7.2 Черноморское и Азовское побережья (Краснодарский край, Республика Адыгея, Ростовская область)	Отдых без активных способов передвижения, лечение, познавательный туризм	Анапа, Ейск, Сочи, Геленджик, Азов
7.3 Кавказские минеральные воды	Отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения	Кисловодск, Пятигорск, Железноводск, Минводы
7.4 Республика Кабардино-Балкария, Карачаево - Черкессия	Горные лыжи, отдых, походы	Домбай
8. Сибирь		
8.1 Горный Алтай (Алтайский край)	Отдых без активных способов передвижения, отдых с лечением, горные лыжи, экологический туризм, походы	Телецкое озеро, курорт Белокуриха

Окончание прил. 4

Зоны развития туризма федерального значения	Специализация по видам туризма	Города, районы, рекомендуемые для развития туризма
8.2 Горная Шория (Кемеровская область)	Отдых, лечение, походы, горные лыжи, экологический туризм, отдых без активных способов передвижения	Междуреченск, Таштаюг
8.3 Байкал (Иркутская, Читинская области, республика Бурятия)	Многофункциональная зона	Иркутск, Улан-Удэ, Кяхта, озеро Байкал
8.4 Якутия	Познавательный и деловой туризм, экологический туризм	Якутск, река Лена
9. Дальний Восток		
9.1 Приморье (Приморский край)	Многофункциональная зона	Владивосток, Находка
9.2 Сахалин. Курилы	Отдых, лечение, познавательный и деловой туризм, охота, рыбная ловля, экологический туризм, отдых без активных способов передвижения	Курилы, Анивский залив
9.3 Камчатка, Командоры (Камчатская область)	Экологический туризм, походы	Петропавловск-Камчатский, Долина Гейзеров, Командорские острова

*С точки зрения материальной базы и, в частности, обеспеченности средствами размещения, все эти регионы России можно разделить на три категории развития инфраструктуры:

1) с относительно высоким уровнем - включает в себя часть Северо-Западного региона, Москву и Московскую область, Черноморское и Азовское побережья, Кавказские Минеральные Воды.

2) со средним уровнем - охватывает другую часть Северо-Западного региона, Балтийское побережье, "Золотое кольцо России", Поволжье и Северный Кавказ.

3) с низким уровнем - объединяет Север, Горный Алтай, Горную Шорию, Байкал, Якутию, Приморье, Сахалин, Курилы, Камчатку и Командоры.

Источник: [62]

Приложение 5

Туристско-рекреационные зоны Российской Федерации

Наименование ТРЗ	Характеристика ТРЗ
1. ОЭЗ «Куршская коса» в Калининградской области	Национальный парк «Куршская коса» является одним из наиболее уникальных национальных парков России. Площадь парка составляет 6 621 га, площадь акватории в охранной зоне - 9 800 га. Западная его граница проходит по берегу Балтийского моря, а восточная - по берегу Куршского залива. Куршская коса - это песчаный полуостров длиной 98 км (российская часть - 48 км), шириной от 400 до 4 000 м. Коса отделяет от Балтийского моря мелководную лагуну с сильно опресненной водой - Куршский залив. Проектом предусматривается создание на территории Зеленоградского района Калининградской области, на Куршской косе особой экономической зоны на земельном участке общей площадью до 67 кв. км. В целях комплексного использования туристско-рекреационного потенциала Калининградской области в особой экономической зоне планируется развивать следующие виды туризма: экологический, оздоровительный, водный, велотуризм, экскурсионный. В рамках проекта будут построены: детский оздоровительный центр, международный экологический лагерь, международный образовательный центр, планерная школа. Наиболее крупными объектами туристической индустрии станут: яхтенный порт, конгресс-холл, закрытый аквапарк, велодорожка международного класса. При этом общее количество мест размещения составит около 4 тыс.
2. ОЭЗ в Краснодарском крае	Создаваемая на территории Краснодарского края ОЭЗ туристско-рекреационного типа - это совокупность 5 участков (территорий) на Черноморском побережье общей площадью 1 730 га. Для каждого из участков определен целевой потребительский сегмент, на привлечение и удовлетворение потребностей которого будет направлен конкретный туристический продукт участка. В целях комплексного использования туристско-рекреационного потенциала Краснодарского края в особой экономической зоне планируется развивать следующие виды туризма: пляжный, деловой, оздоровительный, водный, спортивный. Наиболее крупными объектами туристической индустрии станут: несколько гостиничных комплексов международного класса круглогодичного действия на 110 тыс. мест размещения (категории: 3 - 5-звездочные) с объектами культурно-развлекательного и оздоровительного назначения, бассейнами, аквапарками, деловыми центрами, яхт-клубами.
3. ОЭЗ «Кавказские Минеральные Воды» в Ставропольском крае	ОЭЗ «Кавказские Минеральные Воды» (КМВ) включает 4 города – курорта федерального значения (Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки и Железноводск), Предгорный район, г. Лермонтов, Минераловодский район и г. Минеральные Воды. Все эти муниципальные образования тесно связаны между собой транспортными магистралями и другими элементами инфраструктуры, объединены взаимопроникающими территориями санитарно-охранных зон единого бассейна минеральных вод, образуют взаимодополняющий набор памятников природы, истории и культуры. Кроме того, все эти муниципальные образования находятся на довольно компактной территории общей площадью менее 4 тыс. кв. км. В особой экономической зоне Ставропольского края планируется развивать следующие виды туризма: рекреационный с бальнеологическим направлением, экологический, деловой, спортивный, познавательный. Наиболее крупными объектами туристической индустрии станут: несколько гостиничных комплексов международного класса круглогодичного действия на 17 тыс. мест размещения (категории: 3 - 5 звезд) с объектами культурно-развлекательного и оздоровительного назначения, санатории, клиника инновационного лечения, спортивно-реабилитационный комплекс, аквапарк, детский оздоровительный центр, центр экстремального туризма, СПА - центры.
4. ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае	Территория особой экономической зоны туристско - рекреационного типа расположена на левом берегу р. Катунь, в районе горы Красный камень, она включает альпийские луга, смешанные леса и горный ландшафт общей площадью 32,3 кв.км. Создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» является первым этапом формирования организационной и экономической среды для создания и функционирования в Алтайском крае курортно-рекреационного комплекса, ориентированного на максимальное использование природно-ресурсного потенциала и особенностей местности. Этот комплекс охватывает территорию 4 районов края, включая город-курорт федерального значения - Белокуриха с общей численностью населения 92 тыс. человек. Ожидаемый объем инвестиций составит 37,8 млрд. руб.

Окончание прил. 5

Наименование ТРЗ	Характеристика ТРЗ
5. ОЭЗ «Алтайская долина» в Республике Алтай	Горный Алтай - одна из особо привлекательных для туристов территорий, сохранившая в основном не тронутой природу и расположенная на стыке нескольких природных зон и культурных центров, где находятся 2 государственных заповедника и 4 государственных заказника, а также 5 уникальных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО и памятники культурно-исторического наследия. Территория Республики Алтай рассматривается в рекреационном отношении как система многопрофильных зон и создаваемых лечебно-оздоровительных, санаторно-курортных и туристических центров, среди которых наиболее крупными являются Нижнекатунский, Бие-Телецкий, Нижне-Уймонский, Урскульский районы. Предлагаемые центры формируются по принципу включения в их состав учреждений, предназначенных для организации как рекреационных, лечебных, познавательных, так и спортивно-оздоровительных видов деятельности.
6. ОЭЗ «Байкальская гавань» в Республике Бурятия	Особенности участка ТР ОЭЗ - наличие на территории всех необходимых ресурсов для создания горноклиматического курорта мирового уровня: горы с вершинами до 1 771 м, вертикальным перепадом до 1271 м и подходящими для строительства трасс склонами, теплое озеро Котокельское, горные реки, удобные для сплава и рыбалки, минеральные источники и лечебные грязи, флора и фауна, близость к инженерной и транспортной инфраструктуре. Концепция ТР ОЭЗ «Байкал» предполагает: создание двух всесезонных горноклиматических курортов с развитой инфраструктурой и материальной базой отдыха, включая горнолыжные комплексы; создание центра водного туризма и отдыха; строительство объектов базовой инфраструктуры. Имеющиеся природно-рекреационные и историко-культурные ресурсы РБ, их размер и качество, а также потенциальная значимость туристической отрасли для экономики региона позволяют позиционировать будущий туристско-рекреационный комплекс как международный, ориентированный на расширение въездного туризма.
7. ОЭЗ на территории п. Листвянка в Иркутской области	В Иркутском районе имеется множество ведомственных баз отдыха, профилакториев, турбаз (около 40), детских лечебно, спортивно-оздоровительных учреждений (около 16), яхт-клубов, вело - лыжных баз (около 8). Большой популярностью пользуется музейный комплекс «Тальцы». Часть территории района входит в Прибайкальский национальный парк, функционирует Кочергатский заказник областного значения по охране соболя. Поселок Листвянка - привлекательный прибрежный курортный город с постоянным населением 1,5 тыс. человек, расположенный в 66 км к юго-востоку от Иркутска, лежит на участке побережья озера Байкал протяженностью около 5 км к юго-востоку от истока реки Ангары. Город связан с областным центром автомобильной дорогой высокого качества. Листвянка в настоящее время функционирует как летний прибрежный курорт, в котором имеются отели, пляжи, торговые предприятия, причалы прогулочных и туристских судов. В городе находятся картинная галерея, Байкальский лимнологический музей, церковь, астрономическая обсерватория на вершине 670,5 м. Создание туристско-рекреационной зоны позволит не только повысить популярность развитого в настоящее время в Иркутской области экскурсионного, санаторно-курортного, рекреационного и горнолыжного туризма, но также значительно улучшить качество предоставляемых услуг, развить новые виды туризма и тем самым повысить экономическую эффективность туристической деятельности, в том числе за счет снижения сезонности, и превратить побережье озера Байкал Иркутской области в многопрофильный всесезонный курорт международного класса, популярный во все времена года.

Источник: [77]

Приложение 6

ВЦИОМ, Опрос «Предпочтения россиян относительно летнего отдыха»

	2013		2014		2015		2016	
	План	Факт	План	Факт	План	Факт	План	Факт
Место отдыха*, % от опрошенных:								
дома	45	56**	46	21	40	13	45	20
на даче	22	18	22	40	26	50	35	46
в другом городе России	11	7	4	16	11	14	9	17
в Крыму	2	н.д.	9	2	7	6	8	4
на курортах Краснодарского края	10	9	9	11	10	14	8	11
за границей	12	4	8	12	7	8	4	7
Бюджет поездки на человека, тыс. руб.	27,6	30,7	30,6	29,7	32,8	38,5	33,6	36,0

* Респондент мог выбрать любое число ответов. ** Не отдыхали или отдыхали дома.

Источник: [28, с. 8]

Правила предоставления федерального софинансирования регионам в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ»

Правила предоставления федерального софинансирования регионам в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации».

Объекты, строительство (реконструкция) которых софинансируется Ростуризмом в рамках ФЦП



ОБЪЕКТЫ ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

(для туристско-рекреационных и автотуристских кластеров) с длительным сроком окупаемости, находящиеся в собственности региона или муниципальной собственности.



ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СУБСИДИЙ

осуществляется на основании соглашений о предоставлении субсидий, заключаемых Ростуризмом и высшими исполнительными органами государственной власти регионов (форма соглашения утверждается Минкультуры России)



НА ПОЛУЧЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОФИНАНСИРОВАНИЯ:

регионы, в которых реализуются проекты по созданию туристско-рекреационных и автотуристских кластеров (Приложение №4 к ФЦП).

Условия предоставления федерального софинансирования

для реализации проекта по строительству обеспечивающей инфраструктуры



ПРИСУТВИЕ ПРОЕКТА

в государственной программе региона



ПОДТВЕРЖДЕНИЕ НАЛИЧИЯ В БЮДЖЕТЕ

региона средств на реализацию проекта



ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТИПОВОЙ ПРОЕКТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

(из Реестра типовой проектной документации Минстроя России) либо обоснование невозможности или нецелесообразности применения типовой проектной документации



ВОЗВРАТ СРЕДСТВ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ

в случаях неисполнения регионом обязательств

- по достижению показателей результативности использования субсидии;
- по соблюдению графика проектирования и строительства (реконструкции) объектов

ЧТО НЕОБХОДИМО СДЕЛАТЬ РЕГИОНУ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ СОФИНАНСИРОВАНИЯ:



не позднее 1 февраля предоставить в Ростуризм перечень документов, предусмотренный п. 8 Приложения №6 к ФЦП, в отношении каждого объекта обеспечивающей инфраструктуры, на который планируется получить софинансирование?



В том числе необходимо предоставить соглашение между высшим исполнительным органом государственной власти региона и инвестором с указанием размера привлекаемых в рамках государственно-частного партнерства внебюджетных средств.



Предполагается, что на **1 рубль** бюджетных средств при реализации ФЦП будет привлечено как минимум **2,2 рубля** внебюджетных инвестиций



ПЕРЕЧЕНЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СУБСИДИЙ ВКЛЮЧАЕТ:



численность граждан, размещенных в коллективных средствах размещения



инвестиции в основной капитал на создание туристской инфраструктуры



количество дополнительных рабочих мест

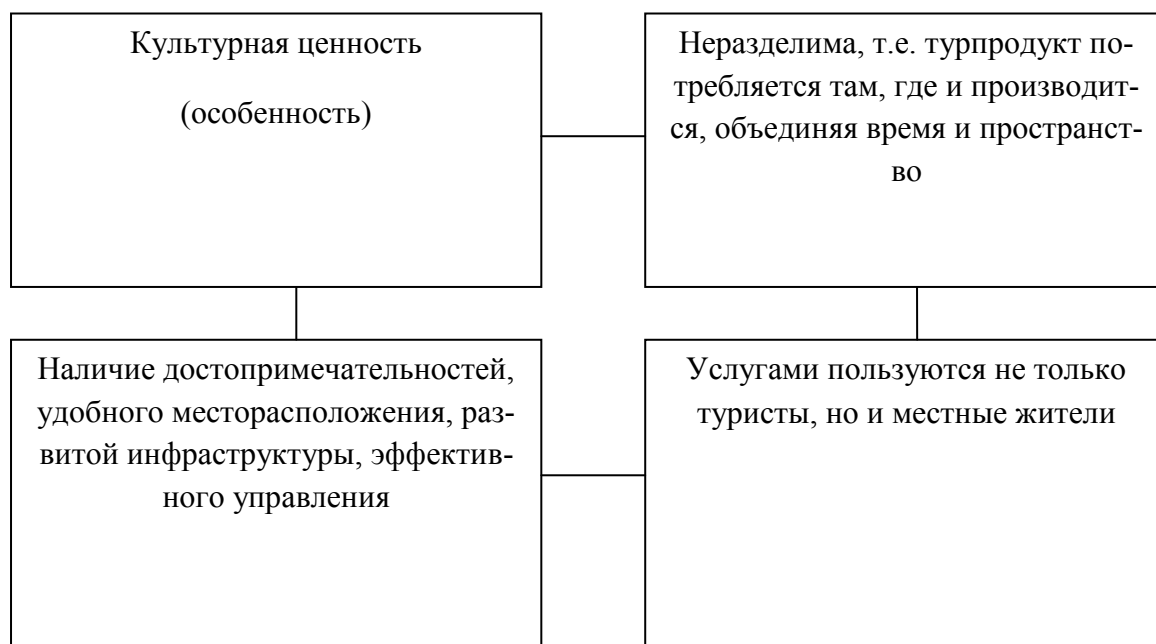


Решения о приостановлении перечисления субсидии региону принимаются в случаях:

- нецелевого использования субсидии;
- нарушение регионом условий предоставления субсидии.

Источник: [67]

Характерные черты дестинации



Источник: [29, с. 72]

Приложение 9

Число туристских фирм по округам РФ за 2013-2015 гг., тыс.

	2013	2014	2015
Центральный федеральный округ	2777	2741	2897
Северо-Западный федеральный округ	1228	1194	1233
Южный федеральный округ	1109	1151	1148
Северо-Кавказский федеральный округ	270	306	337
Приволжский федеральный округ	2574	2582	2708
Уральский федеральный округ	1011	1159	1230
Сибирский федеральный округ	1816	1865	1733
Дальневосточный федеральный округ	539	522	496
Крымский федеральный округ	–	94	111
Всего:	11324	11614	11893

Источник: [68, с. 488]

Приложение 10

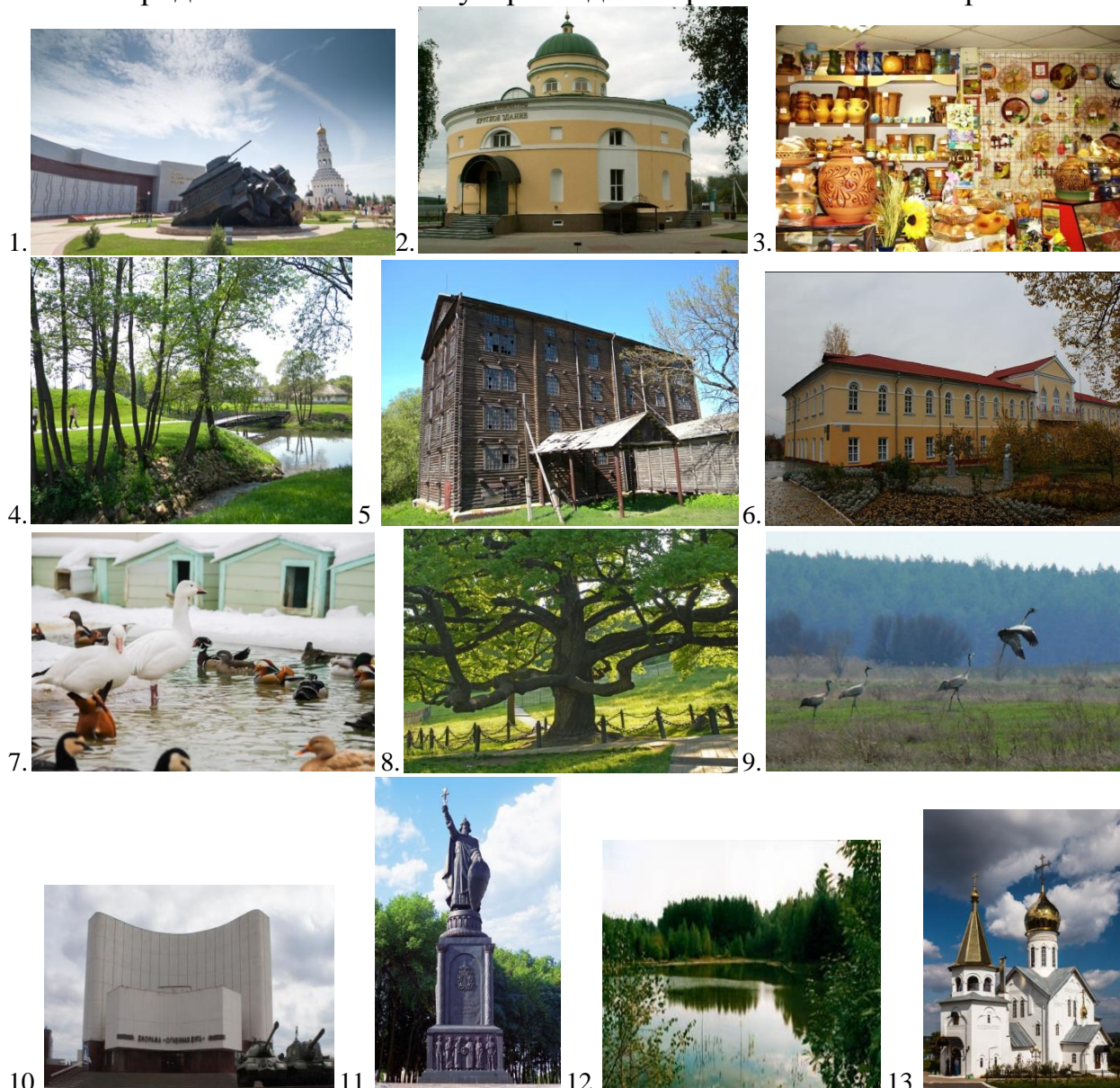
План мероприятий событийного туризма Белгородской области 2017 года, проводимых при участии департамента экономического развития Белгородской области

Дата мероприятия	Название мероприятия	Наименование района
22 апреля	Областное народное гуляние на Красную горку «Фомина Яишня»	Новооскольский район
6 мая	Межрегиональный музыкально-литературный праздник «Воронцовый край»	Вейделевский район
26-28 мая	III Международный фестиваль мела «БелМелФест»	г.Белгород
3 июня	V Межрайонный праздник-фестиваль славянской культуры «Зеленые Святки»	Ровеньской район
4 июня	«Холковский сполох» - межрегиональный фестиваль казачьей культуры	Чернянский район
10 июня	«Эко-парк. Ярмарка – подворье»	Краснояружский район
1 июля	Военно-историческая реконструкция	Объединение военно-исторических клубов «Московская сводно-добровольческая бригада»
8 июля	Районный открытый праздник народных промыслов и ремёсел «Хомутчанская долина мастеров»	Ивнянский район
22 июля	V межрайонный фестиваль-соревнование «Я – русский крестьянин»	Волоконовский район
28-29 июля	Фестиваль русской усадебной культуры «Юсуповские собрания»	Ракитянский район
31 июля - 7 августа	Межрегиональный патриотический аэрофестиваль «Небосвод Белогорья»	г.Белгород
5 августа	Кулинарный фестиваль «Русская каша»	г.Белгород
12 августа	Фестиваль «Стригуновское лукоморье»	Борисовский район
19 августа	Межрайонный фестиваль-ярмарка «Яблочный Спас»	Корочанский район
20 августа	Фестиваль народных мастеров и художников «Слобода мастеровая», имени потомственных мастеров глиняной игрушки сестер Гончаровых	Старооскольский городской округ
26 августа	III международный фестиваль-ярмарка народного творчества «Успенская ярмарка - Узорный хоровод-2017»	Грайворонский район
27 августа	Ежегодный межрайонный гастрономический фестиваль «Ах, картошка объеденье!»	Яковлевский район
29 августа	«Орешкины потешки» - фестиваль силачей и любителей вкусов	Красненский район
сентябрь	Ежегодный литературно-музыкальный фестиваль «Удерековский листопад»	Алексеевский район
9 сентября	Открытый зрелищно-событийный праздник «Боткинская осень»	Шебекинский район
16 сентября	XI Международный фестиваль славянской культуры «Белгородская слобода - Хотмыжская осень» (управление культуры)	Борисовский район
16 сентября	Фестиваль «Северский Донец – река без границ»	Прохоровское поле
23 сентября	IX территориальная выставка-ярмарка «Губкинский карагод»	Губкинский городской округ
октябрь	Межобластные конноспортивные соревнования по конкуру на Кубок главы администрации муниципального района	Валуйский район
14 октября	Областной праздник «Бирюченская ярмарка»	Красногвардейский район

Источник: [76]

Приложение 11

Белгородская область – популярные достопримечательности в регионе



1. Государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», п. Прохоровка, Прохоровский район;
2. Круглое здание с. Головчино, Грайворонский район;
3. Фабрика художественной керамики; п. Борисовка, Борисовский район;
4. Парк регионального значения «Ключи», п. Прохоровка, Прохоровский район;
5. Мельница Баркова, с. Новоивановка, Волоконовский район;
6. Усадьба Юсуповых, п. Ракитное, Ракитянский район;
7. Домашний зоопарк «Птичье царство», г. Грайворон, Грайворонский район;
8. Дуб Богдана Хмельницкого, п. Дубовое, Белгородский район;
9. Заповедник «Белогорье»;
10. Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», г. Белгород;
11. Памятник Князю Владимиру, г. Белгород;
12. Озеро Моховатое, Грайворонский район;
13. Свято-Троицкий Холковский мужской монастырь, с. Холки, Чернянский район.

Составлено по материалам: [16]

Приложение 12

Способы финансирования международной туристской индустрии России

1. Федеральное финансирование	На заседании Президиума Правительства Российской Федерации, которое состоялось 28 июля 2011 года под председательством Владимира Путина, утверждена федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)». Реализация Программы позволит повысить конкурентоспособность отечественного туристского рынка, создать условия для развития туристской инфраструктуры, привлечь инвестиции в отрасль. Мероприятия Программы направлены также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров.
2. Конкурсы финансовой поддержкой	с Федеральное агентство по туризму при поддержке Министерства культуры Российской Федерации проводил конкурс проектов по развитию внутреннего и въездного туризма в 2017 году. Конкурсный отбор проектов был осуществлен с 2 мая по 15 июня 2017 года. Лучшие идеи, направленные на расширение спектра предложений, повышение качества и доступности путешествий по России, получают государственную поддержку. Конкурс даст возможность найти самые интересные проекты в области развития туризма в России и поощрить лучшие компании в туристской сфере. В конкурсе принимали участие любые юридические лица, независимо от организационно-правовой формы, зарегистрированные на территории Российской Федерации и реализующие проекты, нацеленные на развитие внутреннего и въездного туризма [65].
3. Гранты	Граждане, органы местного самоуправления, туристские организации и объединения России могут принять участие в программах грантовой поддержки на развитие инициатив в сфере туризма и гостеприимства. Например, Всероссийская общественная организация «Русское Географическое общество» каждый год проводит грантовый конкурс на реализацию проектов в сфере внутреннего туризма. Так же в 2017 году глава института аграрной политики, Министр сельского хозяйства России 2009 – 2012 гг. - Елена Скрынник совместно с редакцией «Комсомольской правды» провели грантовый конкурс «Летний отпуск – в российском селе!». Цель конкурса – поддержать фермеров и предпринимателей, развивающих сельский туризм. Конкурс предусматривает широкую информационную поддержку для всех участников и главный приз - грант на развитие сельского туризма [34].
4. Поиск инвесторов	Журнал «Отдых в России» и Комиссия по туризму и индустрии гостеприимства при РСПП создали совместный проект - каталог «Инвестиции в туризм. Проект представляет открытую площадку для продвижения туристического потенциала российских регионов. Цель проекта – представление инвестиционных потребностей туристической отрасли краев, областей и республик РФ; привлечение на их территории инвесторов.

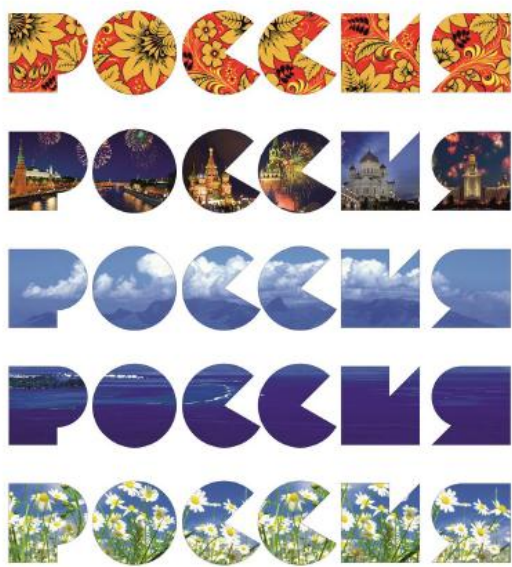
Составлено автором

Некоторые работы участников всероссийского конкурса «Туристский бренд России»

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное агентство по туризму

Пучков Андрей

1146 голосов,
ср. балл - 4,4



Широка страна
моя родная...» и в
буквах слова «РОССИЯ
турист увидит нашу
страну.
И слоган «Окно в
Россию».


окно в Россию

Финалисты конкурса «Туристский бренд России», 2015


Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное агентство по туризму

Андреевская Оксана

761 голос,
ср. балл - 4,0



Какая она,
настоящая Россия?
Россия – это
душевное тепло,
красивейшая
архитектура,
грациозный балет,
красочные полотна
русских живописцев,
традиционные ремесла,
завораживающая
природа. Все это
вложено в
многогранный образ...




Финалисты конкурса «Туристский бренд России», 2015

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное агентство по туризму

Кагаров Эркин

1430 голос,
ср. балл - 3, 7



Этот логотип напоминает традиционные туристические изображения, а разноцветные полосы на куполе символизируют разнообразие впечатлений.

Логотип легко представить на футболке, билборде или сувенирном киоске.


Цветовые решения логотипа могут быть разнообразными, такими же яркими, как купола на Покровском соборе, или сдержанными – в одну краску или вывороткой на изобразительном фоне.

Финалисты конкурса «Туристский бренд России», 2015

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное агентство по туризму





Лешкова Мария

502 голоса,
ср. балл - 3, 5



Россию как страну, как туристический знак довольно сложно оценить одним символом, так как она очень разнообразна и меняется, в зависимости от того где находится турист, в какой части нашей огромной страны. Я считаю что логотип по своей структуре должен быть взаимозаменяемым, составными и должен уметь приспосабливаться к условиям эксплуатации.

Так скажем туристу приехавшему полюбоваться величием озера Байкал будет не совсем понятно изображение валенок и оренбургского платка в логотипе. Предлагаемый мною вариант не раскрыт полностью, в нем показана концепция логотипа для огромной туристической страны.

Финалисты конкурса «Туристский бренд России», 2015

Источник: [75]

Туристский бренд города Белгорода

В Программе социально-экономического развития городского округа «Город Белгород» на 2015 – 2018 годы «10 приоритетов города, удобного для жизни» мэра города Белгорода К.А. Полежаева одним из приоритетов обозначена открытость города Белгорода для гостей и инвесторов. Важным направлением работы в рамках данного приоритета является бренд города Белгорода. Формирование уникального образа Белгорода, как открытого гостеприимного, готового к диалогу, и продвижение положительного имиджа города во внутренней и внешней среде способствует повышению привлекательности города для гостей и инвесторов, развитию туристской инфраструктуры, заинтересованности муниципалитетов к совместному продвижению партнерских отношений, реализации проектов в сферах культуры, образования, патриотического воспитания граждан, спорта, экономики и т. д. В 2012–2013 годах был проведен открытый конкурс концепций брендинга (Распоряжение администрации города Белгорода от 14 июня 2012 года № 2231 «Об утверждении положения о проведении открытого конкурса концепций брендинга города Белгорода» (в редакции от 31 октября 2012 года № 3786), который стал частью проекта «Создание и продвижение бренда «Белгород — город добра и благополучия», утверждённого в мэрии областного центра.



Источник: [19]