Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Санкт-Петербургский государственный Университет

Институт «Высшая школа менеджмента»

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Выпускная квалификационная работа студента 4 курса бакалаврской программы, направление «Государственное и муниципальное управление»

**КОЛКУНОВА Ильи Александровича**

Изображение выглядит как зарисовка, Штриховая графика, рисунок, штриховой рисунок

Автоматически созданное описание*(подпись студента)*

*«30» мая 2023 г.*

Научный руководитель

к.э.н., старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления **СКЛЯР Татьяна Моисеевна**

* (подпись научного*

*руководителя)*

*«30» мая 2023 г.*

Санкт-Петербург

2023

**Заявление**

**о самостоятельном выполнении выпускной квалификационной работы**

Я, Колкунов Илья Александрович, студент 4 курса направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», заявляю, что в моей выпускной квалификационной работе на тему «Государственная поддержка туристической отрасли в Российской Федерации» не содержится элементов плагиата. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищённых ранее курсовых и выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Мне известно содержание п. 9.7.1 Правил обучения по основным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования в СПбГУ о том, что «ВКР выполняется индивидуально каждым студентом под руководством назначенного ему научного руководителя», и п. 51 Устава федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет» о том, что «студент подлежит отчислению из Санкт-Петербургского университета за представление курсовой или выпускной квалификационной работы, выполненной другим лицом (лицами)».

Изображение выглядит как зарисовка, Штриховая графика, рисунок, штриховой рисунок

Автоматически созданное описание

Подпись студента:

Дата: 30.05.2023г.

Оглавление

[Введение 4](#_Toc136339094)

[ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 6](#_Toc136339095)

[1.1 Анализ нормативно-правового регулирования туристической деятельности в Российской Федерации 6](#_Toc136339096)

[1.2 Динамика развития туристической отрасли 11](#_Toc136339097)

[1.3 Международный опыт развития туризма 16](#_Toc136339098)

[1.4 Барьеры и драйверы роста туристической отрасли. 21](#_Toc136339099)

[ГЛАВА 2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЗИЦИЙ ЗАИНТЕРИСОВАННЫХ СТОРОН В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 28](#_Toc136339100)

[2.1 Позиции органов государственного регулирования туристической сферы 28](#_Toc136339101)

[2.2 Позиции потребителей туристических услуг 35](#_Toc136339102)

[2.3 Позиции туроператоров 41](#_Toc136339103)

[2.4 Рекомендации 50](#_Toc136339104)

[Заключение 53](#_Toc136339105)

[Список литературы 56](#_Toc136339106)

[Приложения 59](#_Toc136339107)

[Приложение 1. Анкета для опроса граждан 59](#_Toc136339108)

[Приложение 2. Анкета для опроса туроператоров 62](#_Toc136339109)

[Приложение 3. Статистические данные 63](#_Toc136339110)

# Введение

Туризм как социально-экономическое явление затрагивает интересы разныхзаинтересованных сторон. Для потребителей туристических услуг он является путешествием, совершаемым в рекреационных, деловых, образовательных, культурных, спортивных и других целях. Для представителей туристской отрасли — это сфера предпринимательской деятельности, необходимая для получения прибыли от своей деятельности. Для органов государственного регулирования интерес в развитии туризма заключается в следующем. Туризм является источником доходов бюджета для государства и способствует развитию региональных экономик, способствует появлению новых рабочих мест и привлечению инвестиций, может стать инструментом развития отдаленных и малоизвестных регионов, а также может способствовать межкультурному взаимодействию и укреплению дружественных отношений между народами, распространению культурного наследия и национальных традиций. Органы государственного регулирования могут способствовать устойчивому развитию туризма, направляя часть доходов от экологического туризма на развитие и поддержку необходимой для этого инфраструктуры и вовлечение в экономическую и социальную деятельность по охране окружающей среды.

Однако в Российской Федерации при значительном туристическом потенциале недостаточно развита государственная поддержка развития туризма. Поэтому необходим поиск новых форм и принципов взаимодействия, как между органами исполнительной власти различных уровней, так и с организациями, осуществляющими деятельность в сфере туризма.

Степень разработанности законодательства о туризме не отвечает современным требованиям, действующие принципы государственного управления в этой сфере устарели и не учитываются в практической деятельности. Органы государственной власти в реальности выполняют только представительские и рекламные функции, что не позволяет им эффективно участвовать в общественных отношениях, складывающихся в сфере туризма.

В условиях экономической и политической нестабильности появился спрос на переориентацию потока международного выездного туризма в сторону внутреннего туризма, который стал приоритетным направлением развития туризма в России.

В 2018 г. в части туристических регионов начал действовать «курортный сбор» — это эксперимент по сбору платежей с туристов. По сути, это сбор представляет собой туристический налог, который отдыхающие обязаны оплачивать пользование курортной инфраструктурой.

Актуальность темы обосновывается необходимостью совершенствования нормативно-правовой базы в сфере туризма.

**Методы исследования:** научные работы и труды: А. П. Дуровича, А. А Яковлева, а также нормативно правовые акты и интернет-ресурсы, посвященные туристической деятельности.

**Исследовательский вопрос:** какие меры государственной поддержки положительно влияют на развитие туризма в РФ? Какие внутренние или внешние барьеры препятствуют развитию туристической отрасли в РФ? Каковы драйверы роста туристической отрасли?

**Объект исследования:** государственная политика в сфере туризма.

**Предмет исследования:** взаимодействие регулирующих органов и туроператоров.

**Формат работы:** исследовательская работа.

**Цель ВКР:** разработать рекомендации для совершенствования государственной политики в сфере туризма в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

* + - 1. Провести анализ нормативно-правового регулирования туристской деятельности;
      2. Рассмотреть динамику изменений в туристической отрасли;
      3. Исследовать международный опыт государственной поддержки туризма;
      4. Выявить недостатки существующих методов регулирования туризма;
      5. Определить барьеры и драйверы роста туристической отрасли.

В первой главе рассмотрены нормативно-правовые акты Российской Федерации в сфере туризма, результаты исследований по оценке развития туристической отрасли, анализируется международный опыт государственной поддержки туризма, выявлены недостатки существующих методов регулирования туризма, а также описаны драйверы роста для туристической отрасли.

Во второй главе представлен анализ позиций главных заинтересованных сторон, проведен опрос граждан и туроператоров, а также рассмотрены интервью представителей органов государственного регулирования туристической отрасли. В результате проведенного исследования, сделаны выводы о результативности мер поддержки туристической отрасли и об основных ее проблемах, а также предложены рекомендации по совершенствованию методов государственной поддержки туристической отрасли, а также даны рекомендации для представителей туроператоров, с целью улучшения оказываемых ими услуг, с учетом большей клиентоориентированностью и заботой о безопасности.

# ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1.1 Анализ нормативно-правового регулирования туристической деятельности в Российской Федерации

Государственное регулирование туристической сферы является одним из основополагающих факторов эффективного развития данной отрасли. Поэтому необходимо рассмотреть формы и инструменты регулирования данной сферы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Главный орган, регулирующий туристическую сферу — это Федеральное агентство по туризму РФ. Также в работе участвуют Министерство внутренних дел, Министерство иностранных дел, Федеральная миграционная служба, Федеральная служба безопасности и другие организации.

Правовые основы туристической деятельности закреплены в государственных документах:

* Конституция РФ (в т. ч. ст. 27);
* Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
* Гражданский кодекс Российской Федерации;
* Закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1 (ред. от 18.03.2019) «О защите прав потребителей»;
* Федеральный закон от 25.07.2002 № 115-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации»;
* Закон Санкт-Петербурга от 28.12.2012 № 741–126 «О туристской деятельности в Санкт-Петербурге»;
* Постановление РФ «Об утверждении положения об установлении формы визы, порядка и условий ее оформления и выдачи, продления срока ее действия, восстановления ее в случае утраты, а также порядка аннулирования визы».[[1]](#footnote-1)

Согласно Федеральному закону № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристическая деятельность — это туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Поэтому практически все организации, осуществляющие свою деятельность в сфере туризма, организуют ее самостоятельно и работают исключительно для извлечения прибыли. От государства им требуется содействие по развитию туризма и создание эффективной для всех участников законодательной базы в данной отрасли.

Вместе с тем российское туристическое законодательство находится в стадии постоянного развития и изменений.

В настоящее время правительство приняло ряд целевых государственных программы, направленных на развитие туристической отрасли, такие как:

* «Развитие туризма»;
* «Развитие туристической инфраструктуры»;
* «Повышение доступности туристических продуктов»;
* «Совершенствование управления в сфере туризма»;
* «Туризм и индустрия гостеприимства», а также комплекс мероприятий;
* «Обеспечение системы управления в сфере туризма».[[2]](#footnote-2)

В условиях, когда туристическая отрасль не успела восстановиться после последствий пандемии, к ней применяются международные санкции, которые ставят под угрозу ее устойчивое развитие и особенно — ее международную составляющую. Для устойчивого развития и выхода на прежний уровень был принят национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», в котором был обозначен курс на развитие внутреннего туризма и четко прописаны меры поддержки. Внешние санкции подтолкнули к реализации данной стратегической цели и ускорили этот процесс. Жесткие меры со стороны международного сообщества ставят под угрозу устойчивое развитие российской сферы туризма и особенно ее международной составляющей. В этих условиях целесообразно переориентироваться на развитие и поддержку внутреннего туризма.

С 1 мая 2018 года в таких курортных регионах России, как Республика Крым, Алтайский край, Краснодарский край, Ставропольский край, стал взиматься курортный сбор. В 2021 году к этому списку добавилась федеральная территория «Сириус», а в 2022 году Санкт-Петербург, один из самых привлекательных для туристов городов, его с удовольствием посещают и жители России, и иностранцы. Положения о курортном сборе содержатся в Федеральном законе от 29.07.2017 № 214-ФЗ «О проведении эксперимента по развитию курортной инфраструктуры».[[3]](#footnote-3)

Этот сбор является целевым, то есть собранные средства могут быть направлены только на финансовое обеспечение работ по проектированию, строительству, реконструкции, содержанию, благоустройству и ремонту объектов курортной инфраструктуры.

Курортный сбор взимается с физических лиц, достигших совершеннолетия, которые проживают в объектах размещения (гостиницах, отелях и т. д.) более 24 часов (ст. 6 Федерального закона от 29.07.2017 № 214-ФЗ).

Курортный сбор взимается за каждый день фактического проживания в объекте размещения. При этом день заезда в расчет не берется (ч.1 ст.8 Федерального закона от 29.07.2017 № 214-ФЗ).

Определяется сумма курортного сбора так: (Количество дней фактического проживания в объекте размещения – День заезда) х Размер курортного сбора.

Размер курортного сбора зависит от региона, может увеличиваться или уменьшаться с течением времени, в среднем он составляет 10–50 рублей в сутки. Оплата курортного сбора является обязательной для всех совершеннолетних отдыхающих, категории туристов освобождены от платы курортного сбора указаны в ст. 7 Федерального Закона № 214-ФЗ. В случае отказа туристу грозит административный штраф в размере от 500 рублей до 2000 рублей. Но даже в случае такого отказа оператор не вправе отказать в размещении, он может только сообщить в уполномоченную организацию, которая, выпишет штраф.

*Курортный сбор в Краснодарском крае.* Регулируется законом Краснодарского края от 27.11.2017 № 3690-КЗ, который предусматривает проведение эксперимента с взиманием курортного сбора в следующих муниципальных образованиях: города-курорты Анапа, Геленджик, Сочи; город Горячий Ключ; поселения Тупсинского района: Новомихайловское, Джубгское, Небугское, Шепсинское, Тенгинское; поселения Ейского района: Ейское, Должанское; городской округ Сириус Краснодарского края. Ставка курортного сбора всех указанных территориях Краснодарского края составляет 30 руб. в сутки, кроме Сочи, где взимают 50 руб. в сутки (Закон Краснодарского края от 22.12.2021 № 4622-КЗ). Жители края от уплаты курортного сбора освобождены. За неуплату курортного сбора и неисполнение обязанностей, связанных с его сбором, предусмотрен штраф для граждан — от 500 до 2 000 руб.; для операторов курортного сбора (юрлиц и ИП) — от 5 000 до 15 000 руб.

*Курортный сбор в Крыму.* Изначально крымские власти ввели на некоторых территориях своего региона курортный сбор. Но сначала несколько раз переносили дату начала взимания этого сбора, а затем и вовсе его отменили (Закон Республики Крым от 28.02.2022 N 261-ЗРК/2022). На данный момент, с учетом продления эксперимента до 2025 г., неизвестно, захотят ли власти Республики Крым все же ввести у себя курортный сбор. Пока закон о его введении не принимался.

*Курортный сбор в Алтайском крае.* В Алтайском крае курортный сбор взимается только в г. Белокуриха (ст. 1 Закона Алтайского края от 01.11.2017 N 76-ЗС). Размер курортного сбора в 2023 г. составит 50 руб. в сутки, то есть власти региона пока оставили размер сбора на уровне, действующем в 2022 г. (ст. 2 Закона Алтайского края от 01.11.2017 N 76-ЗС).

*Курортный сбор в Ставропольском крае.* В 2023 г. курортный сбор в размере 50 руб. в сутки взимается в четырех городах-курортах Ставропольского края (ст. 3, 4 Закона Ставропольского края от 08.12.2017 N 130-кз):

* в Ессентуках;
* в Железноводске;
* в Кисловодске;
* в Пятигорске.[[4]](#footnote-4)

*Курортный сбор в Санкт-Петербурге.* Размер курортного сбора в Петербурге составит 100 рублей за одни сутки фактического проживания. Платить курортный сбор будут все совершеннолетние гости, проживающие в отелях и иных средствах размещения более 24 часов. 100 рублей — это максимальная сумма, предусмотренная федеральным законодательством. Эксперимент по взиманию курортного сбора стартует 1 августа 2023 года. Он пройдет до 31 декабря 2024 года, но, по опыту других регионов, может быть продлен. Взимать плату с гостей будут на всей территории Петербурга — как в официальных гостиницах, так и других «жилых помещениях, пригодных для временного проживания».[[5]](#footnote-5)

Также, с целью поддержания внутреннего туризма в 2020 году была запущена программа туристического кешбэка. Эта государственная программа направлена на субсидирования поездок по России, разработанная Федеральным агентством по туризму. В рамках программы можно оплатить путешествие картой «Мир» и получить обратно на карту 20% от потраченной суммы. Поехать можно в любой регион страны. Максимальная сумма кешбэка — 20 тыс. рублей за одно путешествие. А за проживание в отеле на территории Дальневосточного федерального округа вернется до 40 тыс. рублей.

Условия программы:

1. Оплатить поездку нужно в период с 25 августа и по 10 сентября 2022 года.
2. Отправиться в поездку с кешбэком можно будет с 1 октября до 25 декабря, в круиз — с 1 сентября и до окончания навигации. Поехать можно в любой регион России.
3. Поездка должна включать минимум три ночевки. Учитываются ночевки в отелях, пансионатах, санаториях, круизных судах и железнодорожных поездах. Максимальное количество дней отдыха не ограничено, но поездка должна завершиться не позднее 23:59 по московскому времени 25 декабря 2022 года.
4. Кешбэк начисляется за оплату туров, круизов и проживания в отелях, пансионатах и санаториях, представленных на сайте мирпутешествий.рф. Полный список партнеров будет размещен на сайте 25 августа 2022 года.

За время действия программы ею воспользовались 4,3 млн человек, из них более 2,2 млн человек — в 2022 году. Суммарно они приобрели туров за все время действия программы на более чем 81 млрд рублей. В виде кешбэка за все время туристам вернулось 15,5 млрд рублей.

Программа туристического кешбэка направлена на поддержку и туристов, и бизнеса. В Ростуризме отметили, что эта мера стала самой эффективной в отрасли и помогла восстановлению внутреннего туризма.[[6]](#footnote-6)

Однако средства на программы туристического и детского кэшбека в бюджете на 2023 год не были предусмотрены.

В октябре 2022 года президент В. Путин подписал указ об упразднении Федерального агентства по туризму в целях повышения эффективности развития туриндустрии, его функции были переданы Минэкономразвития.

Упразднение Ростуризма позволит «повысить эффективность реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», считают в Минэкономразвития. Ранее это же министерство в разные годы уже курировало туристическую отрасль.

Помимо Минэкономразвития, за развитие внутреннего туризма в России отвечает еще одна структура — созданная в 2020 году на базе АО «Курорты Северного Кавказа» корпорация «Туризм.РФ», которая подчиняется напрямую правительству. Корпорация совместно с субъектами займется мастер-планированием территории страны, формированием туристических кластеров, инвестированием в создание инфраструктуры, расчетом будущих турпотоков. Кроме того, корпорация будет участвовать в бизнес-проектах федерального и регионального уровней в рамках государственно-частного партнерства. В настоящее время «Туризм.РФ» заключила с регионами 57 соглашений о сотрудничестве в сфере туристической инфраструктуре. Общий объем инвестиций составляет 475 млрд., рублей. Корпорация обязуется выполнить 75 проектов, которые обеспечат около 21 тыс., отельных номеров к 2030 году.

## 1.2 Динамика развития туристической отрасли

Туристическая отрасль в России на протяжении многих лет не рассматривалась государством в качестве важного аспекта экономической политики. Однако в последние годы она начала приобретать важное значение. Развитие туристической отрасли играет значительную роль как во внешней экономической политике государства, так и на международном уровне. Так, например, если в стране хорошо развита туристическая отрасль, то это приносит ей большой доход, а также является одним из компонентов в формировании внутреннего валового продукта (ВВП). По данным Всемирного совета по туризму 10,3% мирового ВВП приходилось на данную отрасль. Для России эта доля в 2017–2018 годах составила 4% от ВВП, однако в 2021 году она сократилась до 2,4% в связи с введение ограничений из-за вспышки пандемией COVID-19.[[7]](#footnote-7)

Туризм – это существенная составляющая инновационного развития РФ в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экономически безопасная отрасль национальной экономики. В ней заложена одна из точек роста для многих российских регионов, в том числе, увеличение валового регионального продукта, развитие инфраструктуры, улучшение качества жизни, сохранение культурного наследия, стимулирование экономического развития, а также способствует защите окружающей среды и многое другое.

Турагент (туристический агент) — организация, которая продает турпродукт, сформированный туроператором. За тур, реализованный через турагента, туроператор несет ответственность перед туристом в части качества оказанных услуг и достоверности предоставляемой информации.

Туроператор (туристический оператор) — организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров. Туроператор разрабатывает туристские пакеты, обеспечивает предоставление туристских услуг, рассчитывает цены на туры, передает туры турагентам для их последующей реализации туристам, обеспечивает информационную поддержку процесса реализации тура.

За 2019–2021 годы приняты документы, определившие дальнейшие направления развития отрасли, ее цели и показатели, – Стратегия 2035 года и национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». С 1 января 2022 года вступила в действие государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» до 2030 года.

Общий объём финансового обеспечения государственной программы до 2024 года составляет 724 млрд рублей. Из них 168,4 млрд – средства федерального бюджета, 75,8 млрд рублей – средства консолидированных бюджетов регионов, 542,1 млрд рублей – внебюджетные источники.

Структура государственной программы включает в себя три федеральных проекта – «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма», входящих в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», а также комплекс мероприятий «Обеспечение системы управления в сфере туризма». Эти решения, по словам Мишустина, помогут развивать туристическую отрасль, создавать новые рабочие места в регионах и повысят популярность внутреннего туризма.[[8]](#footnote-8)

Бюджетные ассигнования на финансовое обеспечение реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» запланированы в 2022 году в объеме 52 840,9 миллиона рублей, в 2023 году — 57 811,3 миллиона рублей, в 2024 году – 57 337,0 миллиона рублей. В частности, в 2022 году порядка 38,785 миллиарда рублей будет направлено на реализацию федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры», 12,488 миллиарда — на «Повышение доступности туристических продуктов» и 1,566 миллиарда — на «Совершенствование управления в сфере туризма».[[9]](#footnote-9)

За последние пять лет в России наблюдается рост *внутреннего туризма*. Так в первую десятку городов по популярности входят Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Екатеринбург, Краснодар, Нижний Новгород, Пермь, Новосибирск и Самара. На долю этих городов приходится ¾ от всего внутреннего туризма в РФ.

По итогам трех кварталов 2022 года *въездной турпоток* в Россию формально составил 147,4 тыс. поездок иностранных граждан с целью туризма. Это на 99,5% меньше, чем за этот же период в 2019 году и даже на 16% меньше, чем в жестком ковидном 2021 году. Въездной организованный турпоток в Россию по итогам 2022 года сократился более чем на 90%. Речь идет об организованном сегменте и классических туристах, а не деловых поездках. Сложности с оформлением виз и перелетами, негативный информационный фон вокруг России во время конфликта на Украине снизили желание иностранных туристов приезжать в страну.

Тройку лидеров по турпотоку в РФ образуют Германия, Иран и Турция. Растет интерес к России со стороны путешественников из Индии. В 2023 году рынок туристических услуг рассчитывает на программу безвизовых поездок из Ирана и возвращение на рынок китайских путешественников.

По оценкам Аналитической службы АТОР, в 2022 году со всеми целями визитов за границу *выехали* не менее 23,5 млн россиян (на 10% больше, чем в 2021 году). Из которых согласно статистике Погранслужбы ФСБ, с целью туризма в 2022 году выехало 6,9 млн., человек. Больше всего таких поездок пришлось на третий квартал - 2,4 млн. В первом и втором кварталах за границу выехало примерно одинаковое число туристов - 1,17 и 1,16 млн соответственно. В четвертом квартале выехало 2,15 млн туристов. Ключевые зарубежные направления с преимущественной или значительной долей туроператоров:

* Турция – 5,3 млн (+13% к 2021 году)
* ОАЭ – 1,1 млн (+60%)
* Египет – около 1 млн (-10%)
* Таиланд – 410 тыс. (многократный рост практически с нуля)[[10]](#footnote-10)

1. Динамика основных видов туризма в России, млн., чел.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид туризма** | **2015 г.** | **2018 г.** | **2021 г.** | **2022 г. (за 3 квартал)** |
| Внутренний | 50,0 | 55,0 | 57,0 | 61,0 |
| Въездной | 26,4 | 24,6 | 0,157 | 0,147 |
| Выездной | 34,4 | 41,9 | 8,0 | 23,5 |

*Источник: Ассоциация туроператоров*

Согласно результатам Ассоциации Туроператоров, указанных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 нанесла существенный урон по туристической отрасли РФ. Так, согласно данным АТОР, выездной туризм хоть и сократился на 81% в 2021 году, однако уже к 3 кварталу 2022 года показал рост на 66% и составил 23,5 млн чел. практически восстановившись после падения, чего нельзя сказать о въездном туризме, который в 2021 году сократился на 99,5% по сравнению с 2019 годом, так и не восстановившись в 2022 году. Из-за чего в краткосрочной перспективе предполагают эксперты ВШЭ, возможен уход 30–50% игроков с туристического рынка. Большинство участников стремились, максимально сократить масштабы деятельности в период карантина и возобновить деятельность в новом сезоне.

Однако эксперт ВШЭ Андрей Яковлев отметил, что остановка зарубежных поездок дала стимул для развития внутреннего туризма. Люди, привыкшие к выездам за границу, в 2020 году стали чаще путешествовать по России, и этот тренд сохранится в текущем году в силу ограничений на международные поездки. Эта ситуация создает «окно возможностей» для развития внутреннего туризма и снижения за счет этого регионального неравенства, которое остается серьезной социальной проблемой для России.[[11]](#footnote-11)

Что касается оптимистичных прогнозов, которые не будут затрагивать эпидемию нового вируса, то к 2025 году по сравнению с 2020 годом планируется увеличить совокупную доходность сферы по экскурсионным услугам с 600 млн., руб. до 1000 млн., руб., по услугам и гостиниц 270 млн., руб. до 400 млн. руб. Таким образом, в ближайшие 5 лет есть все шансы увеличить не только количество внутренних туристов, но и привлечь ещё большее число зарубежных.[[12]](#footnote-12) Прежде всего китайских туристов за счет возобновления действия соглашения о безвизовых групповых турпоездках, которые были приостановлены во время пандемии коронавируса. По нему организованные туристы в группе от пяти до 50 человек могут посещать соседнюю страну без получения визы и находиться там до 15 дней.

Также для анализа перспектив развития индустрии туризма использован PESTLE – анализ, в котором рассматриваются политические, экономические, социокультурные, технологические, правовые и экологические факторы, влияющие на бизнес см. Таблица 2.

1. PESTLE – анализ туристической отрасли

|  |  |
| --- | --- |
| P – политические факторы | взаимоотношения между Россией и другими странами, включая санкции и ограничения на туризм, а также государственная поддержка и инвестиции в развитие туристической инфраструктуры и продвижение туристических направлений. |
| E – экономические факторы | Экономический кризис, т. к. ослабление курса национальной валюты повлияло на стоимость туристических услуг для иностранных туристов и на возможности отдыха за границей для российских граждан. |
| S – социокультурные факторы | изменение предпочтений и интересов туристов, например рост популярности экотуризма и культурного туризма. Развитие внутреннего туризма и регионального сотрудничества в рамках туристических кластеров. |
| T – технологические факторы | широкое распространение интернета дало возможность бронировать туры и покупать билеты онлайн, а также использование мобильных приложений, стало предоставлять всеобъемлющую информацию о достопримечательностях, маршрутах и мероприятиях. |
| L – правовые факторы | Законодательство и регулирование в сфере туризма, включая визовые требования, лицензирование и стандарты качества услуг. Законы, касающиеся защиты прав потребителей и безопасности туристов. ФЗ - № 132, закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1. |
| E – экологические факторы | туристические места, такие как заповедники и национальные парки, защищаются для сохранения природных экосистем. Охрана природы ограничивает доступ туристов к некоторым местам, но также способствует развитию экотуризма. |

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что индустрия туризма имеет ряд положительных факторов такие как, технологические изменения, развитие инновационных технологий помогают иностранным туристам ориентироваться, снимать жилье и всячески облегчать пребывание в незнакомой стране. Социальные факторы, такие как рост интереса к экологическому и культурному туризму, способствуют развитию индустрии туризма, а также повышают экологическую обстановку.

Главным негативным фактором, который выявил PESTEL анализ, стал политический фактор. Геополитические конфликты и санкции: (например, в связи с конфликтом на Украине, при котором многие страны западного мира наложили экономические санкции на Россию), что негативно сказалось на инвестициях и интересе иностранных туристов к российскому рынку туризма. Также такие факторы, как низкий уровень сервиса, инфраструктурные проблемы и мн. др., негативно сказываются на туристической отрасли РФ. Поэтому, если отрасль сможет решить эти проблемы, то рост не должен показывать никаких признаков замедления.

## 1.3 Международный опыт развития туризма

Международные, региональные и национальные организации вносят огромный вклад в развитие туризма. Международные туристские организации представляют государственные интересы стран мира и содействуют развитию мирового туризма.

Отдельные страны, регионы, области создают свои туристские организации регионального характера для развития и продвижения туризма в своих регионах. Эти организации проводят статистические исследования и сбор различной туристской информации, позволяющей проанализировать туристскую отрасль в регионе. И, наконец, национальные туристские организации создаются с целью содействия развитию туризма как важного сектора экономики.

Как показывает практика международных отношений, международный туризм на всех этапах его развития являлся фактором, способствующим улучшению взаимопонимания между государствами и народами, стимулятором развития внешнеэкономических, торговых и культурных отношений. Именно поэтому туризм всегда был благодатной почвой для международного сотрудничества.

За годы эволюции массового международного туризма были выработаны и широко применяются разнообразные и достаточно эффективные формы сотрудничества стран в этой сфере. Основными целями такого сотрудничества являются:

* использование туристских связей для укрепления взаимопонимания и доверия между странами;
* использование туризма для развития взаимовыгодных экономических, торговых отношений;
* расширение связей и контактов по линии научно-технических и культурных организаций и отдельных личностей;
* создание наиболее благоприятных условий для туристского обмена между заинтересованными странами, организация сотрудничества путем обмена туристской информацией, выработки общих стандартов и технологий обслуживания туристов, упрощение туристских формальностей и др.

Международное сотрудничество в сфере туризма основывается на международном регулировании, которое представляет собой систему мер и комплекс мероприятий, нацеленных на эффективное управление каким-либо видом международной деятельности (поддержание стабильности или ее изменение, упорядочение) в соответствии с определенными международными принципами, нормами, стандартами.

Такая же практика существует в Российской Федерации, которая к настоящему времени заключила соглашения о сотрудничестве в области туризма со странами ШОС для России очень перспективно с точки зрения увеличения туристического потока. В 2021 году совокупная численность населения государств-членов ШОС насчитывала более 3 млрд человек, что составило более 41 % от всего населения мира.[[13]](#footnote-13)

При этом договаривающиеся стороны признают, что взаимодействие в области туризма имеет важное значение для экономики и культуры обеих стран и является хорошим средством содействия их развитию, а также взаимопониманию и упрочению отношений между обеими странами. В таких соглашениях две страны подтверждают свое стремление поддерживать всестороннее сотрудничество в области туризма на основе равноправия и взаимной выгоды. Конкретные меры двустороннего сотрудничества обычно предполагают:

* широкую поддержку деятельности и сотрудничества туристских организаций обеих стран;
* упрощение (по возможности) пограничных, таможенных и других туристских формальностей;
* способствование увеличению количества туристских поездок (групповых и индивидуальных);
* оказание помощи в подготовке профессиональных кадров для сферы туризма;
* координацию сотрудничества туристских администраций в рамках ЮНВТО и других международных туристских организаций;
* согласие на открытие туристских рекламно-информационных бюро на территории страны-компаньона.

Контроль за выполнением таких соглашений, как правило, возлагается на национальные туристские администрации, делегации которых регулярно встречаются для подведения итогов проделанной работы и ее планирования на последующий период.

Важнейшую роль в развитии международного туризма сыграли такие документы ООН, как:

1) Всеобщая декларация прав человека, принятая в 1948 г., в ст. 24 которой провозглашается, что каждый человек имеет право на отдых и свободное время, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска;

2) Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах, принятый в 1966 г., в ст. 7 которого определено, что государства обязуются обеспечивать каждому человеку право на отдых, свободное время, разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска;

3) Международный пакт о гражданских и политических правах, принятый в 1966 г., в ст. 12 которого говорится, что каждый человек волен покидать любую страну, включая свою собственную.[[14]](#footnote-14)

Наиболее представительной, авторитетной и активно действующей международной организацией является Всемирная туристская организация (UNWTO — ЮНВТО), специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, которая является ведущей международной межправительственной организацией в сфере туризма и путешествий.

На 2022 г. в состав ЮНВТО входят 160 стран, 6 территорий и более 500 присоединившихся членов, представляющих предприятия частного сектора, учебные заведения, туристские ассоциации и местные туристские администрации. Штаб-квартира расположена в Мадриде (Испания).

Согласно Уставу, основными целями ЮНВТО являются:

* ускорение и расширение содействия развитию туризма (международного и внутреннего), взаимопониманию, здоровью и процветанию людей в мире;
* помощь людям в получении доступа к образованию и культуре посещаемых во время путешествий стран;
* улучшение условий проживания и пребывания в менее развитых районах мира посредством помощи в обеспечении необходимой материально-технической базы для иностранного туризма и развития транспортных путей, соединяющих с данными регионами;
* расширение возможностей стран, принимающих туристов, и тем самым увеличение вклада в развитие их экономики;
* координация туристских интересов стран — членов ЮНВТО;
* содействие в установлении постоянных взаимоотношений между различными объединениями туроператоров.[[15]](#footnote-15)

Россия вела активную деятельность в рамках Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

В 2019 г. наша страна впервые в истории приняла заседание Генеральной ассамблеи ЮНВТО (г. Санкт-Петербург, 9-13 сентября 2019г.), которое собрало более 1000 делегатов из более 100 стран-членов ЮНВТО. Кроме того, Россия принимает активное участие в Программе ЮНВТО по Шелковому пути, а также принимает участие в конкурсах ЮНВТО по поддержке стартапов и иных инициатив в области туризма.

ЮНВТО также занимается разработкой единой стратегии развития индустрии туризма, что предусматривает:

* планирование развития индустрии туризма;
* анализ проблем и государственной политики, связанных с географическими особенностями развития туризма и отдыха в странах- членах ЮНВТО;
* разработку национальных и региональных планов использования земли;
* анализ взаимосвязей развития индустрии туризма и регионального планирования с учетом увязки различных потребностей в ресурсах;
* учет экологических последствий развития индустрии туризма;
* учет социальных последствий развития туризма;
* разработку общей стратегии и программных мер по осуществлению планов развития туризма.

Также с целью увеличения международных туристских прибытий мировая туристская общественность в лице ЮНВТО сформулировала следующие основные задачи, стоящие перед странами на ближайшее десятилетие:

* + обеспечение мер безопасности и своевременного обеспечения туристов необходимой информацией;
  + повышение роли государственной политики в сфере туризма;
  + необходимость государственных вложений в развитие туризма, прежде всего в продвижение туристского продукта и развитие туристской инфраструктуры.

ЮНВТО отвечает за продвижение ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, направленного на достижение всеобщей повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и Целей устойчивого развития (ЦУР). ЮНВТО также предлагает лидерство и поддержку сектору туризма в продвижении знаний и политики в области туризма во всем мире, пропагандируя ответственный туризм и продвигая туризм как движущую силу экономического роста, инклюзивного развития и экологической устойчивости см. Рис.1.

1. Цели устойчивого развития на период до 2030 года.

*Источник: Сайт ЮНВТО (https://www.unwto.org/sustainable-development)*

В апреле 2022 года всемирная туристская организация (UNWTO) приостановила членство России. Поводом стала военная спецоперация на Украине. При этом о полном исключении из организации речь не шла: согласно статье 34 устава UNWTO, членство может быть восстановлено, если политика России изменится.

С 2013 года Российская Федерация имеет статус участника в Комитете по туризму Организации экономического сотрудничества и развития. Комитет является одной из ведущих отраслевых площадок. Члены ОЭСР генерируют чуть менее 60% оборота туризма в мире.

Работа в качестве участника в Комитете по туризму ОЭСР укрепляет позиционирование туризма России на мировом рынке, дает возможность воспользоваться лучшими практиками и наработками для создания современной конкурентоспособной национальной индустрии туризма. Эффективное взаимодействие в Комитете позволяет ускорить превращение российского туризма в высокодоходную и инновационную сферу экономики, в том числе, в несырьевом экспорте.

Федеральное агентство по туризму активно участвовало в заседаниях Комитета по туризму ОЭСР. Так, в рамках 105-го заседания Комитета, которое состоялось 1 апреля 2020 года в формате видеоконференции, страны-участники обсуждали такие вопросы, как влияние пандемии коронавируса на туристическую индустрию.[[16]](#footnote-16) Однако в настоящий момент совет ОЭСР приостановил сотрудничество с РФ из-за конфликта вокруг Украины.

## 1.4 Барьеры и драйверы роста туристической отрасли.

Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2025 г. ставит максимальное воплощение данных видов туристической деятельности приоритетной задачей. Развитие туризма является также стимулом для таких отраслей экономики, как торговля, строительство, сельское хозяйство, коммунальное хозяйство, транспорт, связь. Туризм, как таковой содействует укреплению физического и духовного здоровья граждан, обогащению знаний об окружающем мире, помогает понять и принять чужую культуру, традиции, обычаи.

За последнее время в мире произошли катастрофы и кризисы, которые отрицательно повлияли на осуществление туристической деятельности, также имеется множество разнообразных проблем, которые мешают туризму полноценно развиваться и совершенствоваться.

Главными отрицательными чертами российского туризма выделяют слабую нормативно – правовую базу и регламентирование субъектов туризма, также сюда относится нехватка инновационных технологий. Очень много зависит от человеческого фактора: от функционирования государственных органов до предприятий обслуживания на местах. Специфика туристской деятельности заключается в том, что она имеет международный характер и большой круг взаимоотношений лиц, участвующих в формировании путешествий. Многообразие данных отношений рождает некоторую сложность правового регулирования.[[17]](#footnote-17)

В России законодательство о туризме действительно имеет ряд проблем, которые не позволяют ему полностью соответствовать современным требованиям. Вот основные причины этого:

1. Устаревшие нормы и правила: Законодательство о туризме в России было принято еще в начале 2000-х годов, и с тех пор многие его положения стали устаревшими, так как не учитывают глобальные изменения, произошедшие как в самой индустрии туризма, так и в других сферах жизни.
2. Недостаточная гибкость: Туристическая индустрия очень быстро меняется и развивается, и для ее эффективного функционирования требуется законодательство, способное быстро адаптироваться к новым реалиям и изменениям. На данный момент законодательство РФ в этом аспекте недостаточно гибко.
3. Отсутствие определенных стандартов и критериев качества: В законодательстве России касательно туризма отсутствуют четко сформулированные стандарты и критерии качества услуг, что затрудняет эффективный контроль и развитие отрасли.
4. Сложность и неясность некоторых положений: Законодательство о туризме в России довольно сложно и детально регулирует многие аспекты деятельности туроператоров и турагентов, что может создавать путаницу и неясность в юридических вопросах.
5. Проблемы с международным сотрудничеством: В некоторых случаях законодательство России о туризме может не согласовываться с нормами и требованиями международных организаций и конвенций, что затрудняет международное сотрудничество и развитие сферы внешнего туризма.[[18]](#footnote-18)

Туристские ресурсы нашей страны используются не очень целесообразно, но динамика роста рынка туристических услуг России свидетельствует об устремленности и увеличении числа туристов, иностранных – в частности. Однако высокий темп инфляции, волатильность курсов валют, высокие процентные ставки по кредитам приводят к уменьшению спроса при подорожании услуг, что вызывает уменьшение объемов продаж и денежных доходов фирм, работающих в туристической отрасли.

Проблемы туристской сферы, находят свое объяснение и в пробелах в подготовке кадров, а также в научном обеспечении, которые далеки от международных стандартов. В связи с этим возникает необходимость в развитии в Российской Федерации многоступенчатой системы профессионального туристического образования, которая способна служить гарантией конкурентоспособности государства на мировом туристическом рынке. Чтобы выпускник ВУЗа Российской Федерации был конкурентоспособным, его диплом должен быть престижен. От работников туристской индустрии необходимо знание особенностей профессии менеджера по туризму, компьютерные навыки, знание международного этикета, грамотная речь, а также знание основ менеджмента и маркетинга. Иными словами, специалисту необходимо быть образованным, воспитанным, деликатным, находчивым, а также владеть несколькими иностранными языками.

Так как проблема профессиональной подготовки в сфере туризма обнаруживает себя в свете высокой востребованности широкого спектра специалистов для данной отрасли на рынке труда. Если до недавнего времени система подготовки кадров с высшим образованием для сферы туризма практически отсутствовала (Брель. 2016), то в последние годы в России обучение по специальности «Туризм» предлагают около 300 высших образовательных и почти столько же средних профессиональных учреждений (Пирогова, 2018). Основной недостаток современного образования в сфере туризма заключается, по мнению О.A. Брель, в том, что оно не в полной мере отвечает динамично меняющимся требованиям отрасли в связи с постоянным появлением новых видов и направлении туризма и туристических предприятии, что в свою очередь приводит к повышению спроса на новые направления подготовки кадров (Брель, 2016). [[19]](#footnote-19)

Таким образом, наличие квалифицированного персонала является важным шагом в развитии туристической отрасли в России. В настоящее время ситуация по подготовке специалистов для сферы туризма требует принятия срочных мер по ее качественному изменению. Важно при этом не просто повысить уровень подготовки кадров для туристической отрасли, как указывает О. В. Пирогова, но и поднять его до международных стандартов, чтобы российские специалисты могли быть конкурентоспособными на мировом рынке туристических услуг (Пирогова, 2018).[[20]](#footnote-20)

Представители туристических компаний считают высокие риски ведения бизнеса в России основной проблемой, препятствующей развитию транспортной и гостиничной сфер, а также индустрии питания. Для транспортных компаний и средств размещения в топ важных проблем также входят нестабильность туристических потоков и долгий срок окупаемости инвестиций. Нестабильность туристических потоков особенно часто отмечают компании из Приволжского и Сибирского федеральных округов, где курортным считается только относительно короткий летний сезон.

Многие эксперты выделяют также проблему неэффективного законодательного обеспечения. За последние 20 лет практически не было утверждено ни одного значительного нормативно – правового акта в туристской сфере. В настоящее время так и не был доведен до конца в действие механизм осуществления 14 ст. ФЗ «Об основах туристской деятельности» про обеспечение безопасности туристов.[[21]](#footnote-21)

На сегодняшний день существует множество барьеров, которые тормозят развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, например:

1. Плохо развитая туристическая инфраструктура в подавляющем большинстве регионов России, небольшое количество гостиничных средств по размещению с низкой стоимостью. Этим сказывается недостаток мест размещения, нацеленных на массового туриста и большую стоимость существующих средств размещения, особенно не хватает гостиниц для среднего уровня населения, так как их строительство требует длительных сроков окупаемости.

Большая стоимость номеров способствует распространению «теневых» гостиниц, владельцы которых ведут свой бизнес нелегально. Данный факт негативно влияет на имидж страны и существенно уменьшает доход регионов от налогообложения. Еще к данному барьеру можно отнести изношенность материального фонда ряда гостиниц, так как они были построены во время Советского Союза и требуют капитального ремонта.

1. Неразвитость транспортного обслуживания (плохое качество дорог, недостаточная степень состояния аэропортов, железнодорожных вокзалов и т. д.). Здесь серьезной проблемой выступает высокая цена на авиаперелеты внутри страны и отсутствие предложения чартерных рейсов. Снижение цен на внутренние перевозки – центральная стратегическая задача.

Железнодорожные перевозки, занимающие много времени, не всегда удобны для граждан. Низкое качество дорог, нехватка придорожных кафе, мотелей, стоянок, слабый сервис и высокие цены на услуги препятствуют автотуризму.

Также большое значение имеет принятие генеральных планов развития курортов и других туристических центров и городов, учитывая стратегии развития РФ и мировых направлений развития туристской индустрии.

Основная часть проблем развития туристской деятельности имеет комплексный характер, их разрешение напрямую связано со всеми участниками туристического рынка (государственными органами, общественными организациями). Наша туристская деятельность степенью развития обслуживания очень уступает заграничному туризму.

Влияние экономических факторов на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Существует прямая зависимость между экономическим развитием страны, объемом национального дохода и материальным благосостоянием ее граждан. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан. Доход – это важный фактор, который влияет на спрос в туристической сфере, т. к. он определяет место, где будет потребитель отдыхать.

В Российской Федерации имеется колоссальный потенциал, у каждого региона - свои, уникальные преимущества для развития внутреннего туризма. Поэтому, кроме основных направлений по поддержке развития туризма, государство выделяет такие задачи по регулированию и улучшению работы туристской сферы:

* Улучшение механизмов финансовых гарантий ответственности туристских операторов, и, увеличение их сумм;
* Ужесточение юридической ответственности для туристских операторов за нанесение ущерба туристам и др. нарушения закона;
* Повышение качества услуг и конкурентоспособности предприятий, работающих в туристической отрасли;
* Содействие в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
* Формирование условий для увеличения туристической и сервисной инфраструктуры;
* Создание налогового механизма по поддержке туризма;
* Включение страхования туристов, которые выезжают за границу, нахождение минимального набора рисков;
* Защита прав и интересов туристов, в том числе оказание им экстренной помощи, а также обеспечение их безопасности;
* Разработка новых систем и программ по развитию туристской сферы;
* Работа с мероприятиями по улучшению культуры безопасности и культуры отдыха;
* Антикризисная поддержка туристического комплекса Российской Федерации.[[22]](#footnote-22)

Таким образом, для эффективного развития туризма на региональном уровне необходимо решать такие вопросы правового регулирования, как поиск и поддержка важнейших направлений туристической деятельности, систематизация туристических ресурсов и их оценка, организация режима и охраны, а также порядка сохранения целостности и выполнение мер по их восстановлению, поддержка предпринимателей в туристской сфере.

Для компаний туристической индустрии наиболее важной проблемой являются сложности в получении лицензий и сертификатов. Компании сферы транспорта и индустрии питания указывают на высокий налог на прибыль как барьер успешного развития бизнеса, тогда как представители гостиниц более обеспокоены высокой ставкой НДС. Представители гостиниц и компаний индустрии питания указывают, что большим барьером для развития их бизнеса являются частые проверки надзорных органов.[[23]](#footnote-23)

Также существует такие барьеры, препятствующие развитию туристической отрасли в РФ, как:

1. Негативная внешняя обстановка: имидж России в мире, политическая нестабильность, проблемы с безопасностью, которые отпугивают туристов.
2. Неэффективное маркетинговое продвижение: недостаток рекламы и маркетинговых кампаний, неэффективное продвижение туристических маршрутов, отсутствие брендинга.
3. Ограниченность туристических маршрутов: малый выбор туристических маршрутов и не разнообразие видов отдыха, которые желают попробовать потенциальные туристы.

Одним из серьёзных барьеров препятствующий развитию внутреннего туризма является курортный сбор. Так по словам генерального директора ООО «Национальная юридическая компания «Митра» Юрия Мирзоева, законопроект в том виде, в котором представлен сейчас, носит неконституционный характер и нарушает основные принципы построения налогового законодательства. Так как всем понятен налоговый характер данного сбора, то маскировка его под неналоговый платеж воспринимается как попытка обойти закон. Кроме того, ведение курортного сбора создает административные барьеры для туристов и увеличивает себестоимость услуг у операторов сборов, что, несомненно, отражается на цене размещения. «Курортный сбор подразумевает ряд льгот для различных категорий населения. Чем больше льгот, тем больше издержек при администрировании сбора и неудобств для туристов и жителей курортных городов. Оператор будет требовать кучу документов. Вы приезжаете, к примеру, в Сочи, и вам нужно не забыть собрать справки, чтобы доказать, что вы имеете право на льготы», — сказал Юрий Мирзоев.

«Законодатель ссылается на мировой опыт, — продолжает генеральный директор «Митры». — Но, во-первых, в мировых столицах туризма курортный сбор дифференцирован, во-вторых, он введен именно там, где есть круглогодичный туристический поток, в основном, иностранный, это способ изъятия денег из чужих экономик». Юрий Мирзоев напоминает, что у основного конкурента курортов Краснодарского края, Турции, курортного сбора нет, что станет для него дополнительным преимуществом. В России от курортного сбора выиграет только теневой сектор, так как официальный турист будет стоить бизнесу дороже теневого. «Мы получим увеличение доли теневого сектора, с которым боремся, и падения налоговых поступлений в целом по иным налогам. Более того, расходы на администрирование данного сбора (с учетом механизма, предусмотренного в законопроекте) с большой долей вероятности будут сопоставимы с поступлениями от него», — добавил он.[[24]](#footnote-24)

Однако, помимо барьеров, у отрасли есть также и драйверы, способствующие его развитию. Например, поддержка со стороны правительства и государственных учреждений по расширению транспортной инфраструктуры, включая строительство и реконструкцию аэропортов, железнодорожных станций и дорог. А также строительство новых гостиниц высокого уровня, реконструкция и модернизация старых отелей, сервисные услуги, ориентированные как на иностранных туристов, так и на внутренних — все это повышает качество сервиса и делает Россию более привлекательной для туристов.

Правительство рассматривает вопрос об установление нулевой ставки НДС для туроператоров, а также ведутся разговоры по установлению безвизового режима для поездок в РФ иностранцев в туристических, деловых, образовательных целях, а также для участия в спортивных и культурных мероприятиях. [[25]](#footnote-25)

Также правительство РФ совместно с МИД, МВД и ФСБ готовит предложение по выдаче электронных виз для жителей дружественных стран, кроме того, они хотят увеличить срок действия многократных туристических виз. [[26]](#footnote-26)

# ГЛАВА 2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЗИЦИЙ ЗАИНТЕРИСОВАННЫХ СТОРОН В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 2.1 Позиции органов государственного регулирования туристической сферы

Рассмотрим и проанализируем представленную в СМИ информацию о позициях органов государственного регулирования, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Согласно прогнозам Минэкономразвития, озвученным в презентации на совещании 17 апреля, посвященном подготовке к летнему туристическому сезону, количество туристов в коллективных средствах размещения (отели, санатории, хостелы, турбазы и пр.) в России вырастет в 2023 году до 75,2 млн (в 2022 году было 71,4 млн). Прирост, таким образом, составит +5,3% по сравнению с 2022 годом или +3,8 млн человек. [[27]](#footnote-27)

В настоящее время в фокусе ведомства находятся вопросы по обеспечению достаточности транспортного обеспечения, в том числе количество авиационных рейсов и поездов. Участники обсудили организацию автомобильных потоков по федеральным трассам с учетом планируемого ремонта. Особое внимание было уделено готовности к приему туристов гостиниц и пансионатов, а также объектов инфраструктуры, в том числе пляжей и парков аттракционов.

О ходе подготовки к сезону доложили представители Краснодарского, Алтайского, Приморского краев, республик Крым, Дагестан, Алтай и Карелия.

Подводя итоги совещания, Максим Решетников подчеркнул важность наращивания транспортной пропускной способности по наиболее популярным туристическим направлениям, таким как Краснодарский край, регионы СКФО, Санкт-Петербург, Карелия и другие.

На примере трех регионов: Санкт-Петербург, Крым и Краснодарский край, были проанализированы позиции органов государственного регулирования. Санкт‑Петербург – это культурный центр мирового значения с более, чем 300-летней историей. Является одним из наиболее привлекательных туристических направлений, в городе насчитывается более 8 тыс., культурных и исторических памятников, являющихся объектами культурного наследия, при этом около 4 тыс., из них являются объектами культурного наследия федерального значения. Крым – это относительно новый для РФ регион известный своим уникальным сочетанием природных, культурных и исторических достопримечательностей таких как Ханская крепость и Херсонес Таврический, привлекают людей, интересующихся историей и археологией. Краснодарский край – является самым популярным летним направлением отдыха для россиян. Находясь на стыке Кавказских гор и Черного моря, курорты Краснодарского края привлекают как любителей активного отдыха, так и любителей пляжного отдыха. Краснодарский край предлагает многочисленные природные достопримечательности, такие как Сочинский национальный парк, Розовая долина, Большой Утриш, озеро Лаго-Наки и другие.

В рамках XV Петербургского Партнериата малого и среднего бизнеса, на сессии «Деловой туризм: новые возможности», представители туриндустрии обсудили ключевые инициативы и проекты, меры поддержки инвесторов и пути межрегионального сотрудничества в области делового туризма, успешные кейсы взаимодействия власти и бизнеса.

О направлениях работы по сохранению и развитию сферы делового туризма в Санкт‑Петербурге рассказал председатель городского Комитета по развитию туризма Сергей Корнеев: «Положительным знаком для инвесторов послужило принятие в Санкт‑Петербурге мер поддержки туристической отрасли. Северная столица стала одним из первых регионов Российской Федерации, где по поручению Губернатора Александра Беглова была разработана и принята комплексная система, включающая освобождение предприятий сферы туризма от всех региональных налогов в 2020-2021 годах. Если в первый год преференциями воспользовались более 3000 петербургских компаний индустрии гостеприимства, то уже в 2021 году таких компаний стало больше – объем предоставленных налоговых льгот за два прошедших года оценивается в 4 млрд рублей с учетом конгрессно - выставочного сектора. Пакет налоговых льгот, предоставленных в начале текущего года и оцениваемый в 1 млрд рублей, доводит общую сумму поддержки со стороны города до 5 млрд рублей. Сейчас мы обсуждаем поддержку отрасли уже в условиях новой экономической ситуации».

Сергей Корнеев напомнил о текущей программе поддержки: в Санкт‑Петербурге на 2022 год всем предприятиям туристской сферы предоставлены 50% налоговые льготы на имущество, землю, транспорт. Городской фонд поддержки малого и среднего предпринимательства докапитализирован на 3 млрд рублей. На федеральном уровне обнулена ставка НДС для объектов туристической отрасли – эту меру ранее неоднократно предлагал Комитет по развитию туризма Санкт‑Петербурга. Инвесторам предоставлен «зеленый коридор», упрощающий процедуру административных согласований и уменьшающий ряд издержек при планировании и реализации проектов в туристской сфере.

Также глава Комитета по развитию туризма Санкт‑Петербурга сообщил, что в настоящее время обсуждается вопрос расширения объема мер поддержки для индустрии гостеприимства и подчеркнул, что главной помощью отрасли станет восстановление туристских потоков, сохранение и увеличение деловых мероприятий.

В своем выступлении Сергей Корнеев выделил основные актуальные задачи, связанные с продвижением туристского потенциала Петербурга на межрегиональных и международных рынках. Они включают взаимодействие с профильными объединениями заинтересованных зарубежных стран и маркетинговую деятельность в этих странах. В частности, предполагается продолжать и развивать программу Амбассадоров, которую реализует конгрессно - выставочное бюро Комитета по развитию туризма Санкт‑Петербурга. К другим важным задачам относится обсуждение вопроса либерализации визового режима, а также поддержка инфраструктурных инвестиционных проектов для сохранения и развития высокого качества петербургского сервиса, уровня проведения деловых мероприятий.

При этом особая роль отводится ряду пилотных проектов, связанных с событийным туризмом, которые помогут сохранить оборот, инфраструктуру, рейтинг Петербурга как делового центра и продвигать город на всех уровнях. Как результат такая работа будет способствовать сохранению уверенности инвесторов в перспективах развития делового туризма и индустрии гостеприимства в Петербурге.[[28]](#footnote-28)

**На вопрос** журналиста “Комсомольской правды” на ПМЭФ-2021: **Петербург позиционирует себя как национальный трезвел-хаб. С какими регионами планируете сотрудничать, в первую очередь? -** Сергей Корнеев ответил, что Санкт-Петербург – это «туристский магнит» и транспортный хаб, играющий значительную роль в поддержании туристического потока в регионы Северо-Запада России. Для развития межрегионального сотрудничества они перезапускают в новых условиях проект «Серебряное ожерелье России», реализуемый по поручению Президента Российской Федерации.

Ключевая идея - привлечь внимание к достопримечательностям и историческим местам, природным объектам СЗФО, увеличить туристический поток в регионы, предложить самые различные комбинированные программы, создавая стимулы для повторных посещений и устойчивого спроса, и тем самым способствовать социально-экономическому развитию многих территорий через туризм и культуру.

В настоящее время проект сформировал единую туристско-рекреационную систему 11 регионов Северо-Запада. Постоянно увеличивается количество участников, появляются новые транспортные маршруты, объединившие регионы и крупные туристические центры, создается инфраструктура и формируются новые точки притяжения туристов. Мы запускаем универсальный и разнообразный «конструктор путешествий» для гостей нашего общего туристского макрорегиона.[[29]](#footnote-29)

Вице-президент Российской гостиничной ассоциации Алексей Александрович Мусакинв своемвыступлении подчеркнул важность поддержки инвестиционных программ и проектов, которые предусматривают создание в крупных деловых центрах страны гостиниц как конгрессного, так и неконгрессного типа. Эксперт отметил высокую активность инвесторов в этой области, которая связана с льготными ставками кредитования и подключением к базе «Туризм.РФ».

Участники сессии сошлись во мнении, что несмотря на сложность текущей ситуации, сегодня открываются новые возможности для развития внутреннего туризма. Их реализации способствуют как меры поддержки отрасли, так и гибкость самих предпринимателей в нахождении новых форматов и моделей работы.

Также в качестве примера позиций органов государственного регулирования туристического рынка мною было рассмотрено интервью главы Республики Крым Сергея Аксенова в эксклюзивном интервью «РГ», где он рассказал о том, что предпринимают власти в ситуации снижения потока отдыхающих в 2022 году.

На вопрос “C чем связано снижение туристического потока на полуостров?” - Сергей Аксенов ответил, что прежде всего это связанно с усложнением логистики из-за временного закрытия авиационного сообщения. Но сейчас на федеральном и региональном уровнях делается все для увеличения транспортной доступности Крыма. Например, железнодорожные перевозки увеличились в 2,5 раза. В 2022 году около 80 процентов туристов прибывали на полуостров автомобильным транспортом, а 20 процентов - по железной дороге.

Далее на вопрос “Какие меры поддержки турбизнеса будут реализованы после визита руководителя Федерального агентства по туризму Зарины Догузовой?” - Сергей Аксенов ответил, что до 10 августа 2022 года мы подадим в федеральное правительство предложения, которые проговаривали с Зариной Валерьевной во время ее рабочей поездки в Крым и встречи с отельерами и туроператорами. Речь, в частности, пойдет о субсидиях в размере МРОТ для сохранения персонала, льготном кредитовании для операционной деятельности и сохранения штатной численности работников, а также о мерах по стимулированию спроса, информационных компаниях, и конечно, дальнейшем улучшении логистических возможностей.

На заключительный вопрос “Какие туристические направления уже пользуются популярностью, а какие еще нужно развивать?” - Сергей Аксенов ответил, что летом в Крыму популярен пляжный отдых, осенью и весной - оздоровление, спортивный туризм. При этом следует учитывать, что современный турист взыскательный, образованный, имеющий опыт путешествий, а предпочтения у всех разные. На полуострове можно отдыхать в пятизвездочных отелях мирового уровня, а можно остановиться в прибрежном автокемпинге. Кстати, многие путешествуют по Крыму с востока на запад, останавливаются в отелях на одну-две ночи. При этом требуют развития горные маршруты, которыми на самом деле Крым славился с советских времен. Можно сказать, что человек с рюкзаком - символ нашего полуострова. У нас разработан проект масштабного тур маршрута Большой Крымской тропы протяженностью около 750 километров. В рамках этого проекта будут обустроены с соблюдением экологических норм существующие тропы.[[30]](#footnote-30)

Что касается подготовки республики к летнему курортному сезону 2023 года. Сергей Аксёнов подчеркнул, что на федеральном уровне туристической сфере Республики Крым оказывается максимальная помощь. «Министерство курортов и туризма Республики Крым совместно с Министерством экономического развития Российской Федерации продолжает отработку механизмов финансовой поддержки отрасли», – отметил Глава республики. По словам Сергея Аксёнова, также принимаются меры по улучшению логистики. «На данный момент уже назначено 19 поездов, в том числе ежедневные – четыре из Москвы и два из Санкт-Петербурга. Прорабатывается расписание дополнительных поездов из Москвы. Ведется работа по оптимизации пропускной способности Крымского моста», – сказал Глава Крыма.

Кроме того, было принято решение о продлении действия паспортов пляжей 2022 года на 2023 год. Сергей Аксёнов добавил, что для добросовестных предпринимателей будут сохранены прежние условия работы по договорам благоустройства. Новые соглашения будут действительны до 1 марта 2024 года.[[31]](#footnote-31)

Однако на данный момент продажи на летний сезон составляют всего 3%. Крым теперь не входит даже в топ-30 внутренних направлений. И это при скидках от отельеров, которые достигают до 70%. Глубина бронирований гостиниц на полуострове всего 15-30 дней, к примеру в Сочи на этот летний сезон она может достигать и 200 дней. Раньше основную долю путешественников занимали семьи с детьми (36%), теперь в связи с негативным информационным фоном их количество снизилось на 7%. Власти Крыма пытаются сделать все, чтобы помочь турбизнесу. И субсидии на 300 млн рублей на модульные отели выделили, и объявили, что теперь в сезон будут ходить до 22 поездов, и 2 млрд на зарплаты сотрудникам туристической индустрии выделили. Даже банкоматы Сбера обещали поставить. Но пока что обещанных главой министерства курортов и туризма Вадима Волченко трех миллионов туристов, не видно.[[32]](#footnote-32)

Туристическая отрасль Краснодарского края получит из федерального бюджета почти 170 млн руб. на развитие общественных инициатив, обустройство национальных маршрутов и зон отдыха, а также на развитие событийного туризма. Таким образом, правительство России стимулирует отечественные курорты повышать сервис и расширять предложение в условиях, когда зарубежные направления отдыха остаются недоступными для большинства россиян. Эксперты считают, что туриндустрия юга России успешно адаптируется к новым реалиям, несмотря на недостаток опыта. Популярность набирают новые виды отдыха и направления.

Как отметил губернатор Краснодарского края Вениамин Кондратьев, региональные власти рассчитывают поддержать около 20 новых проектов, направленных на обустройство пляжей и развитие национального туристского маршрута. Также в этом году, по словам главы региона, планируется помочь средствам размещения, готовым повышать свой уровень, проводить ремонт и обновление номерного фонда. «Для этого из краевого бюджета будут выделены субсидии на компенсацию процентной ставки по кредитам, взятым на реновацию. Такие меры позволят обеспечить отдыхающих качественными и комфортными средствами размещения»,— сказал господин Кондратьев.

В минувшем году курорты Краснодарского края приняли 17,4 млн туристов, что выше уровня допандемийного 2019 года. Как отмечает Вениамин Кондратьев, с целью обеспечения дальнейшего увеличения турпотока необходимо создать соответствующие условия и повышать качество услуг. «Курорты края являются одной из основных точек роста экономики региона.

В 2022 году в Краснодарском крае подписали 17 инвест-соглашений почти на 170 млрд руб. Инвестпортфель курортной отрасли Кубани по сравнению с 2020 годом вырос в 15 раз»,— подчеркнул губернатор. Вице-губернатор Краснодарского края Александр Руппель отмечает, что в крае продолжается работа по наращиванию номерного фонда и диверсификация туристских продуктов. «Благодаря консолидации всех сил — на федеральном, региональном, муниципальном уровне — мы провели год успешно. Внедрили стандарты "все включено" и "ультра все включено", отработали систему аттестации экскурсоводов. Также в 2022 году восстановили сеть туристических маршрутов: запустили проект "Большая Кубанская тропа", паспортизировали 43 маршрута»,— сообщил господин Руппель.

«Тем не менее для Сочи и для курортов Кавказских Минеральных Вод по деньгам 2022 был лучшим годом. Выручка курортов явно превзошла по объемам все предыдущие годы. И это хорошо. Но вот приписывать эти достижения лишь нашей собственной мудрой политике я бы точно не стал. На интересы Сочи и курортов Кавказских Минеральных Вод сыграло в первую очередь закрытие других аэропортов юга России, а также мощная программа туристического кешбэка, к которой привыкли наши сограждане и которой они пользовались в 2022 году максимально активно. В начале 2023 года кешбэка, увы, уже нет, и мы видим, что число заявок на начало года и на весну стало на 20–30% меньше»,— говорит господин Богданов.

Вместе с тем, по словам эксперта, в прошлом году даже у успешных по деньгам отелей и санаториев Сочи и Кавминвод наблюдалось резкое снижение уровня сервиса из-за нехватки персонала (иногда в отелях было не более 50% от требуемого числа горничных), многие объекты размещения вообще перестали заниматься маркетингом, и это, отмечает Дмитрий Богданов, заметно отразится на итогах работы уже в новом году.

Стоимость летнего отдыха в Краснодарском крае по сравнению с прошлым годом уже выросла минимум на 15%. Об этом в эфире портала Profi.Travel сообщил президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский. Он также отметил, что на фоне Кубани более выгодным предложением может стать Абхазия, по которой отмечается большой спрос и большой объем продаж. Однако и в Краснодарском крае загрузка отелей может достигнуть 100%.

«В целом больших изменений по отдыху можно не ждать. В этом году россияне будут путешествовать внутри страны за счет транспортной доступности. Многие, как и раньше, предпочтут поездки на личном автомобиле»,— заявил господин Уманский.[[33]](#footnote-33)

**Выводы**

Вне зависимости от того, как будут развиваться отношения с западными странами, внутренний туризм уже получил серьезный импульс для развития и снижения спроса не будет. В таких городах как Санкт-Петербург, Москва, Казань и таких регионах как Краснодарский край, Алтайский край в этом году наблюдается серьезное увеличение числа туристов, о чем свидетельствует высокий процент загруженности отелей. Для поддержания и развития туристической отрасли в этих регионах действуют программы по развитию туризма, выделяются деньги из бюджета которые направляются на улучшение сервиса, обустройство общественных пространств, проведение ремонта и обновления номерного фонда отелей, гостиниц, санаториев и многое другое. Но есть и регионы, где туристический поток значительно снизился по сравнению с предыдущим годом это Крым, где загрузка на летний период пока средняя, места в санаториях и топовых отелях проданы на 50-60%, в остальных — на 30%. В целом турпоток в Крым этим летом также снизится на 30% по сравнению с прошлым годом, однако глава региона и правительство делают все возможное (увеличение ж/д сообщения с крупными городами, выдача субсидий отелям, увеличение з/п сотрудникам, работающих в туристической индустрии и мн., др.).

На основании проведенного анализа позиции органов государственного регулирования Санкт-Петербурга, Крыма и Краснодарского края, было выявлено общее понимание в важности поддержки и развития туристической сферы так как она может содействовать созданию рабочих мест, повышению уровня жизни местных жителей и увеличению доходов бюджета в результате налоговых поступлений. Также туризм может способствовать межкультурному обмену и повышению культурного уровня жителей регионов. В общем, как отмечают органы государственной власти развитие туризма, может быть ключевым фактором для развития региона в целом.

## 2.2 Позиции потребителей туристических услуг

Для выявления позиций потребителей туристических услуг был проведен опрос. Он проводился в социальной сети “ВКонтакте”, группе социологический опрос и за время проведения его прошло 101 респондент. С анкетой для опроса можно ознакомить в приложении (Таблица 4.). Основные социально-демографические показатели выборки:

* 65% опрошенных представляют собой возрастную группу до 25 лет, 12% - это люди от 26 до 45 лет, 14% опрошенных составляют группу от 46 до 65 лет, оставшиеся 9% это люди старше 65 лет.
* В опросе преимущественно приняли участие женщины 60%, а мужчин 40%.
* 51% опрошенных на данный момент имеют только среднее образование, 12% средне профессиональное, у 32% респондентов есть неоконченное высшее образование и только у 5% есть ученая степень.
* По роду деятельности: 60% опрошенных это студенты, 14% опрошенных работают в государственных учреждениях, 16% работники, занятые в бюджетной/коммерческой сфере, и 10% респондентов это пенсионеры.
* Большая часть опрошенных живет в городах-миллионниках 41%, 18% опрошенных живет в Москве или Санкт-Петербурге, 23% респондентов отметили, что живут в крупном городе (от 250 тыс., до 1 млн., жителей), 11% опрошенных в настоящий момент проживают в среднем городе (от 50 тыс., до 250 тыс., жителей) и оставшиеся 7% опрошенных заявили, что живут в маленьком городе, где менее 50 тыс. жителей.
* В опросе 85% респондентов отметили, что любят путешествовать, 7,5% заявили, что скорее не любят путешествовать, а 6,5% опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.
* Но вопрос “С какой целью Вы обычно путешествуете”, большинство респондентов 76% ответило, что привлекают познавательные цели (обзор достопримечательностей, культурное обогащение), также 73% опрошенных отмечают отдых, досуг и развлечение как главную цель своих путешествий, 42% опрошенных путешествуют с целью посещения друзей, родственников, с целью обучения путешествуют 12% опрошенных, также 12% выбрали деловые цели как одну их главных целей для путешествия, а спорт и лечение как цели для путешествия занимают 8% и 4% соответственно.
* Одни из главных потребностей, удовлетворяемых путешествием, стали смена обстановки (61%), отдых и повышение жизненной энергии, сил (53%), отвлечение от повседневных хлопот (52%), получение багажа впечатлений и рассказов (33%), также 31% опрошенных отметили, что получение новых знаний и информации и знакомство с новой культурой (31%) это одни из главных потребностей, удовлетворяемые путешествием.
* 45% опрошенных предпочитают проводить свой отпуск в России или за рубежом, 16% заявили, что проводят свой отпуск только в России, а 18% опрошенных предпочитают ездить в отпуск за границу, оставшиеся 21% проводят свой отпуск дома или на даче.
* Более 40% респондентов отметили, что в течение ближайшего года хотят отправиться в туристическую поездку в Москву или Санкт-Петербург, около 30% опрошенных заявили о желании отправиться на курорты Краснодарского края, 13% опрошенных хотели бы отправиться в тур по Золотому кольцу России, 12% изъявили желание отправиться на Дальний восток, а 5% респондентов предложили свои варианты для путешествия, среди них: Таиланд, Турция, ОАЭ, Египет и США.
* 33% респондентов заявили, что никогда не отдыхали за пределами России, 30% опрошенных отметили, что отдыхали за пределами России менее года назад, 14% отдыхали за пределами России от года до 3 лет назад, 12% отдыхали за границей от 3 до 5 лет назад, 4% от 5 лет до 10 лет назад и 7% опрошенных заявили, что отдыхали за границей более 10 лет назад.
* 65% опрошенных в течение последних 5 лет совершали туристические поездки реже чем 1 раз в год, 22% за этот промежуток времени совершали 1-2 поездки в год, 10% респондентов совершали по 3-4 туристические поездки в год и 3 % опрошенных утверждают, что совершили более четырех поездок в год.
* 62% опрошенных заявили, что место для отпуска выбирают самостоятельно, основываясь на собственных предпочтениях, еще 53% респондентов отметили, что ищут информацию в интернете, а 42% опрошенных советуются с друзьями перед тем, как выбрать место отдыха, также более 20% опрошенных обращаются за помощью в турагентство, а четверть (25%) из всех опрошенных респондентов смотрят видеоролики и телепередачи о туризме.
* Определяющими факторам для путешествия по России большинство опрошенных выделили: стоимость, качество обслуживания, природные особенности (море, горы, пляж), развитость и расположение инфраструктуры, а также климатические условия. К незначительным факторам опрошенные отнесли: развлекательные программы, культурное наследие и престиж места отдыха.
* Что касается ключевых проблем, препятствующих развитию туризма в родном городе, то 51% опрошенных заявили, что в городе нет препятствий для развития туризма, 31% респондентов отметили, что в городе плохая инфраструктура, нет ярких туристических достопримечательностей, а 18% опрошенных заявили, что население их города не готово к наплыву туристов.
* В качестве основных положительных аспектов развития туризма в родном городе опрошенные выделили улучшение имиджа города (51%), развитие сферы услуг, которыми могут пользоваться как туристы, так и местные жители (51%), появление новых рабочих мест и возможности для дополнительного заработка (47%), развитие инженерной инфраструктуры (дороги, линии связи, канализация, водоснабжение и др.) (41%), возможность общения с людьми из разных стран и регионов (33%).
* К введению курортного сбора положительно относятся 40% опрошенных, 14% против его введения, а 46% опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.
* О программе туристического кешбэка впервые слышат 50% опрошенных, 40% заявили, что слышали про эту программу, но не пользовались ею, а 10% знают про эту программу и пользовались ею.
* 63% опрошенных заявили, что в ближайшие 3 – 5 лет условия для внутреннего туризма будут улучшаться, 22% респондентов заявили, что условия существенно не изменятся, будут ухудшаться ответили 4% опрошенных, а остальные 11% затруднились ответить на этот вопрос.

На основании полученных данных был проведен кластерный анализ, с результатами которого можно ознакомиться на изображении ниже (Рис.2.)

Изображение выглядит как текст, диаграмма, Технический чертеж, План

Автоматически созданное описаниеКластерный анализ — это метод, который позволяет сгруппировать респондентов на основе их ответов на определенные вопросы. Этот метод используется для выявления сходств и различий между группами респондентов, что может помочь в дальнейшей аналитике результатов опроса. Кластерный анализ помогает в определении того, какие группы респондентов имеют схожие ответы на вопросы, а какие - отличаются. Также он полезен для уточнения или выделения целевой аудитории, определения потребностей и интересов разных групп респондентов, выявления тенденций и паттернов ответов.

1. Кластерная дендрограмма

*Источник: составлено автором*

Для кластеризации качественных данных было принято решение изменить их в количественные показатели для упрощения проведения исследования. Ниже представлены переменные анализа и информация по расшифровке значений.

* age – возраст (1 - до 25 лет, 2 – 26-45, 3 – 46-45, 4 – более 65 лет)
* gen – пол респондента (1 – мужчина, 2 – женщина)
* educ – уровень образования респондента ( 1- среднее, 2 – средне профессиональное, 3 – неоконченное высшее, 4 – высшее, 5 – ученая степень)
* act – текущий род деятельности опрошенного (1 – студент, 2 – безработный -ая, 3 – работающий в государственном учреждении, 4 – работа в бюджетной/коммерческой сфере, 5 – пенсионер -ка, 6 – другое (написать))
* loc – место проживания респондента (1 – Москва или Санкт-Петербург, 2 – город миллионник, 3 – крупный город (250 тыс., - 1 млн., жителей), 4 – средний город (50 тыс., - 250 тыс., жителей), 5 – малый город (менее 50 тыс., жителей))
* tour – отношение респондента к путешествиям (1 – любит путешествовать, 2 – скорее любит путешествовать чем не любит, 3- скорее не любит путешествовать, 4 – не любит путешествовать, 5 – затрудняется в ответе)
* place – где респондент проводит отпуск (1 – только в России, 2 – только за рубежом, 3 – как в России так и зарубежом, 4 – проводит отпуск дома или на даче)
* wish – куда респондент желает отправиться в ближайший год (1 – Москва и Санкт-Петербург, 2 – города Золотого кольца, 3 – курорты Краснодарского края, 4 – Дальний восток, 5 – другое (указать))
* rate – как часто респондент отправлялся в путешествия в течении последних 5 лет (1 – реже 1 газа в год, 2 – (1-2 раза в год), 3 – (3-4 раза в год), 4 – более 4 раз в год)
* fee – отношение респондента к введению курортного сбора (1 – положительно, 2 – отрицательно, 3 – затрудняюсь в ответе)
* cashback – осведомленность респондента о программе туристического кешбэка (1 – да, знаю подробно, 2 – что то слышал – а, 3 – впервые слышу)

На основании описанных данных проводился кластерный анализ, результаты которого представлены на изображении ниже (Рис.3.). Мною был выбран индекс Хьюберга и D индекс для определения количества кластеров необходимых для анализа, результаты которого согласно правилу большинства, наилучшее количество кластеров в моем случае должно быть равно 3. Индекс D, который графическим методом помогает определить оптимальное количество кластеров с помощью “колена/локтя” изменения показателя в сторону увеличения, также показал, что 3 кластера является оптимальным решением для моей выборки. С результатами индекса Хьюберга и D индекса можно ознакомиться в приложении в разделе статистические данные (Рис.4 и Рис. 5.).

1. Изображение выглядит как текст, снимок экрана, Шрифт, число

   Автоматически созданное описание K- means кластеризация 3 кластеров размерами 21, 23 и 57.

*Источник: составлено автором*

**Первый кластер – “Активные путешественники”.**

Величина кластера – 23 респондента.

К первому кластеру преимущественно относятся женщины от 26 до 45 лет, имеющие неоконченное высшее образование, но уже работающие в бюджетной/коммерческой сфере, проживающие в крупных городах и любящие путешествовать. Их предпочтения — это отдых как в России, так и за границей, в течение ближайшего года хотели бы посетить Москву и Санкт-Петербург, а также города «Золотого кольца» России. Респонденты, отнесенные к этому кластеру, совершают по 3 - 4 туристических поездок в год и положительно относятся к курортному сбору, а также знают и пользуются программой туристического кешбэка.

**Второй кластер – “Домоседы и дачники”.**

Величина кластера 21 респондент.

Ко второму кластеру относятся как мужчины, так и женщины среднего возраста (46 – 65 лет), имеющие высшее образование и преимущественно работающие в бюджетной/коммерческой сфере. Респонденты этого кластера проживают в городе миллионнике и им скорее не нравиться путешествовать. Поэтому они предпочитают проводить отдых дома или на собственной даче. Однако если бы им представилась возможность путешествия по России, то они бы с высокой долей вероятности выбрали бы курорты Краснодарского карая. Респонденты этого кластера совершают путешествия реже 1 раза в год, также они затрудняются ответить на вопрос об отношении к курортному сбору и впервые слышат о программе туристического кешбэка.

**Третий кластер – “Молодые и заинтересованные”**

Величина кластера 57 респондентов.

К третьему кластеру относятся молодые люди в возрасте до 25 лет, имеющие среднее или средне профессиональное образование. По роду деятельности являются студентами, живущие в Москве или Санкт-Петербурге. Респонденты этого кластера любят путешествовать как по России, так и за ее пределами, в ближайшее время хотели бы посетить курорты Краснодарского края. За последние пять лет совершили по 1 – 2 туристических поездок в год. Также респонденты отрицательно относятся к курортному сбору, а что касается туристического кешбэка, то большинство опрошенных что-то слышало о нем.

На основании анализа позиций представителей выявленных кластеров в параграфе 2.4 приведены рекомендации для туроператоров.

## 2.3 Позиции туроператоров

С целью выявления позиции потребителей туристических услуг был проведен опрос 10 туроператоров: ЛианТур, КарелияГид, Петербургские каникулы, Первая линия, Слетать.ру, ПетроТур, Tez Tour, Библио-Глобус, СканТур и туроператора «Созвездие». В ходе моего опроса представителям туроператоров были заданы вопросы, касающиеся развития туристической отрасли, о произошедших изменениях в отрасли за последний год, наличие конкуренции на данном рынке, изменении стоимости на оказание туристических услуг и причины в связи с чем произошли данные изменения и многие другие вопросы, с которыми можно ознакомиться в анкете для опроса туроператоров в приложении (Таблица 5.).

**1) Компания Tez Tour.** Это туристический оператор, организующий туры для путешественников из России, стран СНГ и Восточной Европы. Работает с 1994 года. Tez Tour сотрудничает с более чем 20 международными и национальными компаниями, работающими на отправку и прием туристов, позволяет туроператору качественно предоставлять услуги туристам из России, Болгарии, Румынии, Латвии, Литвы, Белоруссии, Эстонии, Молдавии и Казахстана.

Профиль туроператора – высококачественное обслуживание клиентов на самых популярных направлениях зарубежного туризма. Tez Tour специализируется на оказании туристских услуг, представленных в разных сегментах рынка: массовый туризм, корпоративные поездки и групповые выездные мероприятия, бронирование отелей и авиабилетов, детский отдых, а также VIP-туры. Пакетные предложения сформированы на базе чартерных и регулярных рейсов ведущих авиакомпаний мира с современным авиапарком. Среди них Aeroflot, iFly, S7 Airlines, Aegean Airlines, Ural Airways, Thai Airways, Emirates, Yakutia, Qatar Airways, Yamal, Air Baltic и другие. В отельной сфере партнеры туроператора — ведущие гостиничные цепочки, среди них Marriott, Sheraton, Hilton, Jumeirah, Radisson, Aldemar, Grecotel, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons, Ikos и другие. А во всех странах клиентов обслуживают высококвалифицированные сотрудники с большим опытом работы в туристической сфере, обеспечивающие поддержку туристов на отдыхе и оперативное решение любых вопросов.

Tez Tour имеет заслуженную репутацию одной из самых высокотехнологичных компаний на российском туристическом рынке. В 2019 году компания запустила онлайн-агрегатор туристических продуктов и услуг для профессионалов турбизнеса — Tez Plus. Сервис предоставляет возможность в одном окне забронировать авиабилеты, отели, экскурсии и трансферы по всему миру, а также динамически объединить все выбранные турпродукты в один тур.[[34]](#footnote-34)

В ходе опроса представитель компании Tez Tour заявил, что за последний год увеличился спрос на внутренний туризм, по некоторым направлениям количество бронирований увеличилось в 2-3 раза, например, в Мурманскую область и на Алтай. Также в компании заявили, что не ощущают на себе меры государственной поддержки, в том числе и финансовой. А одной из самой важных проблем в отрасли назвали логистику, так как по мнению компании Tez Tour количество желающих поехать в отпуск значительно превышает количество доступных билетов на самолет/поезд из-за чего происходит увеличение цен на туры, которые в свою очередь серьезно отпугивают внутренних туристов от покупки тура или заставляют сокращать сроки своих поездок. В компании также наблюдают наличие серьезной конкуренции со стороны крупных игроков таких как PEGAS, FUN&SUN, ANEX tour и других. Что касается изменения стоимости путевки, то представитель компании Tez Tour заявил, что она в среднем выросла на 15-20% в зависимости от региона, а увеличение цены связано с растущим спросом на отдых. В компании отмечают такие туристические предпочтения в своих клиентах, как путевки на Юг страны, в Краснодарский край, Сочи, Анапу, а если это заграничные туры, то их клиенты обязательно просят, чтобы в отелях размещения были завтраки или же “все включено”. На сайте компании Tez Tour также представлены широкие направления для путешествия это: 7. Кипр, Греция, Болгария, Испания, Португалия и другие (нужны визы), ОАЭ, Турция, Таиланд, Мальдивы (без визы), а также туры по России, в Сочи, Краснодарский край, Калининградская область, Алтай, Казань и многие другие. [[35]](#footnote-35)

**2) Компания СканТур.** Туроператор СканТур на рынке с 2010 года, а с 2015 года специализируется на турах в Республику Карелия и Ленинградскую область. За 11 лет работы в экскурсионных и уникальных событийных турах побывали более 500 000 туристов.

Миссия СканТур - подарить каждому настоящее Карельское счастье, а цель СканТур - дать туристу максимум впечатлений, комфорта и знаний. Поэтому в компании создали свою систему рейтинга для гостиниц Карелии, где сотрудники компании подбирают самое комфортное размещение, подходящее по стоимости. Также компания работает только с лицензированными гидами, которые не просто профессионалы, но еще и очень душевные люди, тепло относящиеся к каждому туристу.

Помимо работы с индивидуальными туристами, компания активно проводит MICE-туры, организуем корпоративные и школьные выезды, конференции и события в Карелии. Все праздники и гуляния - такие как Масленица или Новый год клиенты могут посетить в рамках программ регулярных туров или в специальных тематических поездках СканТур.

СканТур — это:

* более 90 экскурсионных туров по Карелии и Ленинградской области;
* M.I.C.E.-туры, корпоративный туризм, школьные поездки;
* сертифицированные гиды-краеведы, аккредитованные на территории Ленинградской области и Карелии;
* этнографические, исторические, экологические, культурные, интерактивные маршруты и маршруты для активного отдыха;
* событийные туры на праздники;
* более 2 500 агентов по России.[[36]](#footnote-36)

В ходе опроса представитель компании заявил, что в компании наблюдают увеличение спроса на услуги СканТур, также выросло число клиентов, обращающихся за консультациями по выбору и покупке туров. Что касается проблем присутствующих в отрасли, то представитель компании заявил о серьезной проблеме инфраструктуры, в частности, плохое качество дорожного покрытия, так как в основном компания предоставляет автобусные туры и часто сталкивается с нехваткой придорожной инфраструктурой. Что касается наличия конкуренции в отрасли, то в компании заявили, что она высокая, однако у компании есть партнерские отношения с туроператорами Санкт-Петербурга, Москвы и Нижнего Новгорода, где клиенты могут приобрести туры, организованные он лица компании СканТур. Отвечая на вопрос про изменения цены, в компании с гордостью было заявлено о том, что цены на летние туры стали ниже, чем в прошлом году, так при бронировании туров до 30 апреля туров с выездом с 1 июня до 30 сентября действовала скидка на тур в размере 6 % от цены прошлого года. Это позволило привлечь больше новых клиентов на основные направления в Карелию, Ленинградскую область, Псков, Новгород, Мурманск, Вологду, а также увеличить продажи на туры на Байкал и Северный Кавказ.[[37]](#footnote-37)

**3) Компания ПетроТур.** Основное направление компании – экскурсионные туры по Европе и городам России. Новые программы путешествий выходят каждый сезон. Кроме того, супер-гиды компании готовят авторские автобусные туры по странам, на которых они специализируются. Безусловно, это они - те, кто решает какими станут экскурсионные туры по России – самое популярное направление, где клиентов ждут новые маршруты, событийные мероприятия и незаезженные объекты посещения, включенные в программу. Каждый интеллигентный и образованный гид с опытом работы около 10 лет станет для наших клиентов надежным другом и помощником, создавая атмосферу человеколюбия и соблюдая четкость организации. Во время пешеходных экскурсий (группа от 42 до 52 человек) компания ПетроТур предлагает воспользоваться звукоусиливающей аппаратурой «Радио гид», которая позволяет чувствовать себя свободным.

После знакомства с представителем компании ПетроТур, который рассказал о том, что в компании наблюдают бурный рост числа клиентов, бронирующих туры на лето примерно в 1.5-2 раза чаще по сравнению с предыдущим годом. Основным барьером была названо неопределенность с курсом национальной валюты ее частое изменение не позволяют достаточно точно планировать заграничные поездки. Также в компании наблюдают уход части клиентов в сторону самостоятельного онлайн бронирования туров, например, у таких агрегаторов как Яндекс. Путешествия, Тинькофф. Путешествия и другие. Из-за этого на туристическом рынке присутствует значительная конкуренция, как со стороны онлайн сервисов, так и со стороны большого количества туроператоров предлагающих различные виды туристических услуг. Поэтому в компании заявили о том, что стоимость туристических поездок по России и Санкт-Петербургу, в частности, увеличились всего на 5-10%, а поездки за границу выросли примерно втрое на 15-30% соответственно. Например, поездка в Турцию за год подорожала в Евро на 10%, а в Египет на 55%, однако в компании отметили, что спрос на туры в Турцию также увеличились, несмотря на подорожание, а продажи туров в Египет, наоборот, уменьшило число клиентов на 50% по сравнению с прошлым годом. Также, помимо Турции и Египта, компания ПетроТур организовывает поездки на Алтай, Урал, Камчатку, Северный Кавказ, по Золотому кольцу России, по Серебряному ожерелью, в Сибирь, Москву и Московскую область, и многие другие. [[38]](#footnote-38)

**3) Компания Созвездие.**  С 2008 года организует экскурсионные туры и выступает в качестве оператора по России, Европе, Скандинавии, Финляндии и Прибалтике. В компании «Созвездие» есть более тысячи туров, из которых можно выбрать подходящий на любой вкус и кошелёк — от круиза по озёрам Карелии или паромного тура по Балтике, до поездки в Хельсинки на выходные. В компании тщательно заботятся обо всех составляющих путешествия: создается дружелюбная атмосфера в пути, гиды компании знакомят с местными традициями, добавляют в программу только то, что действительно стоит увидеть, словом, делают всё, чтобы поездки с «Созвездием» были яркими и запоминающимися.

В ходе телефонного интервью с представителем компании, было выявлено увеличение числа доступных направлений и новых программ, предоставляемых компанией, а также в компании наблюдался рост интереса на туры в Карелию и Мурманск. Также в компании отметили наиболее яркую проблему, присутствующую в отрасли, — это недостаточная обеспеченность автомобильных дорог общего пользования и федерального значения, а также необходимой придорожной инфраструктурой в некоторых регионах препятствует комфортному перемещению туристов. В компании также отметили наличие высокой конкуренции со стороны туроператоров, организовывающих похожие туры, как например, СканТур и ПетроТур, предлагающие туры в Карелию и другие места. Также в компании подчеркнули, что по России цена за организацию туров осталась практически неизменной, однако выросли цены на поездки за пределы РФ, преимущественно связанные с увеличением стоимости авиабилетов и ослаблением курса национальной валюты. Из наиболее ярких предпочтений клиентов наблюдается спрос на парные туры (до двух человек), а в качестве места размещения чаще всего выбираются трёхзвёздочные отели. Что касается туристических направлений, предлагаемых туроператором «Созвездие», то список включает в себя: туры в Республику Беларусь, Армению, Азербайджан, Узбекистан, Турцию и другие. А также в более 3 тыс., туров по России (Карелия, Великий Устюг, Кавказ, Золотое Кольцо, Урал, Байкал, Алтай, Соловки, Калининград, Казань, Астрахань и многие другие). [[39]](#footnote-39)

**4) Компания Библио-Глобус.** Эта туристическая компания предоставляет любителям путешествовать возможность увидеть весь мир, восхититься его красотой, прочувствовать историю, традиции, попробовать изыски и специфику местной кухни, позволяет отрешиться от повседневных проблем и воспарить над суетой, путешествуя по миру. Компания предлагает путешествия в самые разные страны - романтические, красивые, познавательные, волнующие, экзотические, религиозные разные. На сайте компании можно ознакомиться с интересной информацией о странах мира, их национальных особенностях, традициях, достопримечательностях, культуре, выбрать и забронировать понравившиеся туры, отели, билеты в любую точку планеты. А самое главное, выбрать выгодное предложение по соотношению цена/качество. Функциональность сайта предоставляет возможность поделиться отзывами о путешествии, отелях, узнать мнение и прочитать истории других туристов о поездках. Отправиться в путешествие всегда интереснее всей семьей.

Библио-Глобус организовал и открыл для своих маленьких клиентов специальные детские клубы под названием «Библиоша» в отелях Кипра. Пока взрослые загорают на пляже, посещают SPA и наслаждаются отдыхом, «Библиоша» организует занимательный досуг, предлагая разнообразные познавательно-развлекательные программы и спортивные мероприятия. Библио-Глобус постоянно стремится создавать новые и совершенствовать популярные программы отдыха с учетом интересов и пожеланий своих активных клиентов, предлагая достойный отдых по доступным ценам: - варианты туров:

* пакетные туры (авиаперелет/поезд/автобус, проживание, трансфер, страховка);
* пляжный отдых;
* экскурсионные туры;
* горнолыжные туры;
* лечебные и оздоровительные туры (санаторно-курортные оздоровление, бальнеология, талассотерапия);
* FIT (выездной индивидуальный тур, разработанный непосредственно по заказу туриста) и MICE (деловой туризм, связанный с организацией и проведением корпоративных мероприятий).[[40]](#footnote-40)

Официальные представительства Библио-Глобус расположены в 10 городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Симферополе, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Перми, Самаре, Уфе. Организовано 11 собственных офисов по приему и обслуживанию туристов: в Санкт-Петербурге, Краснодарском крае (Сочи, Анапа, Геленджик), в Крыму (Севастополь), на Кипре, в Египет, Греции, Чехии, Черногории, Тунисе, Болгарии, Таиланде.

Библио-Глобус также сотрудничает с проверенными и надежными поставщиками на рынке авиаперевозок: стратегический партнер авиакомпания «Россия»; российские авиакомпании: «Аэрофлот», S7 Airlines, «Уральские авиалинии», «Победа», Red Wings, Utair, Nord Star, «ЮВТ-Аеро», «Якутия», Nord Avia, «Ямал»; иностранные авиакомпании: Czech Airlines, Emirates, Thai Airways, Air France/KLM, Qatar Airways, Etihad Airways и многие другие, которые осуществляют прямые и стыковочные вылеты из всех городов России. Библио-Глобус является аккредитованным клиентом Международной Ассоциации авиакомпаний IATA и Российской Транспортной Клиринговой Палаты (ТКП).

В ходе опроса представитель компании Библио-Глобус сообщил, что за последний год заметно вырос спрос на услуги компании, в частности почти вдвое увеличились онлайн бронирования туров, в офис стали обращаться только для уточнения деталей, а продажи летних туров на южные направления увеличились на 50% по сравнению с прошлым годом. Также в компании видят одну из возможных проблем в отрасли связанную с введением системы “Электронной путевки” (далее ЭП). Электронная путевка — это аналог единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС), которая была готова еще 1 сентября 2022 года, но фактически не действовала по сей день. Ответственность для туроператоров за ее неиспользование должна была наступить 1 марта 2023 года, но позже была перенесена на 1 сентября этого года. В компании Библио-Глобус рассказали, что не понимают, как пользоваться этим механизмом, тем более что ЭП даже не тестировалась в периоды высокого сезона. Главные претензии компании к этой системе:

* Туроператоры (к системе подключаются только они) не могут внести обязательные сведения о стоимости путевок, потому что часто турпакеты продают агенты, устанавливающие цену в зависимости от спроса, и если оператор трижды укажет в системе стоимость путевки, которая расходится с выплаченной по факту суммой, то компанию исключат из ЭП. А это грозит закрытием бизнеса.
* Крупным операторам для ввода данных в "ЭП" придется нанимать персонал, а это дополнительные расходы для компании.
* В правилах так и не пояснили, кто и сколько должен будет вернуть туристу. "ЭП" создавалась в том числе для того, чтобы проще решать вопрос о возврате денег при отмене поездки.

Совладелец оператора ЭП – АО "Крэт" – уверяет, что к системе уже подключились более 200 туроператоров. Но эти цифры вызывают сомнения. Никто не хочет раскрывать стоимость туров. В общем, пока "Электронная путевка" прозрачность рынку не обеспечила.[[41]](#footnote-41)

На вопрос о наличии конкуренции на рынке представитель компании сказал, что на рынке туроператоров присутствует сильная конкуренция между крупными игроками, поэтому борьба переносится в сферу «переманивания» клиентов от конкурентов, поэтому в компании высокое внимание уделяется отзывам, которые оставляют клиенты. Что касается изменения цены по сравнению с прошлым годом, то в компании заявили, что путевки по России практически не изменились, а туры за границу немного выросли, в связи с подорожанием стоимости авиабилетов. Также в компании выделили предпочтения клиентов, которые предпочитают ездить в “проверенные места”, где уже проводили свой отпуск, а также чаще всего выбирают отели не ниже 4-х звезд.

У Библио-Глобус широкая география направлений, которая включает в себя такие страны как Россия, Кипр, Турция, Египет, Таиланд, Андорра, Доминиканская Республика, Индия, Болгария, Объединенные Арабские Эмираты, Мексика, Чехия, Греция, Испания, Италия, Абхазия, Черногория, Тунис, Австрия, Куба, Израиль, Иордания, Вьетнам, Шри-Ланка, Индонезия, Камбоджа, Сингапур, Мальдивы, Сейшелы, Маврикий, Бразилия, Ямайка, Малайзия, Филиппины, Фиджи, Танзания, Мальта, Португалия, Франция, Нидерланды, Германия, Норвегия, Финляндия, Швейцария, Швеция, Словения, Венгрия, Хорватия, Эстония, Латвия, Узбекистан.

Для оценки перспектив развития компаний туроператоров с учётом их сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз на рынке, мною использован такой метод стратегического планирования как SWOT – анализ, на примере туроператора Библио-Глобус см. Таблица. 3.

1. SWOT – анализ туроператора Библио – Глобус.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opportunities** | **Threats** |
| 1. Увеличение темпов роста туристического рынка. 2. Глобализация. 3. Появление нового законодательства. 4. Технологический прогресс (использование онлайн-бронирования, мобильных приложений). | 1. Неблагоприятные изменения в темпах роста, в курсах валют. 2. Появление нового законодательства. 3. Влияние экономического кризиса. 4. Усложнение международных отношений. 5. Большое число конкурентов |
| **Strengths** | **Weaknesses** |
| 1. Многолетний опыт работы и собственная база клиентов. 2. Известность в качестве одного из лидеров рынка. 3. Узнаваемость бренда. 4. Широкий ассортимент направлений. 5. Профессионализм сотрудников. 6. Оперативное решение любых вопросов, круглосуточная поддержка. | 1. Невысокая квалификация сотрудников в регионах. 2. Значительное влияние фактора сезонности на прибыль. 3. Недостаточный уровень полномочий руководителей региональных офисов (любые решения принимаются исключительно в Главном офисе, зачастую без мнения региональных руководителей). 4. Невысокая репутация у потребителей. |

*Источник: составлено автором.*

Исходя из результатов SWOT - анализа показывают, что компания туроператор Библио-Глобус имеет как сильные, так и слабые стороны в своей работе, что обуславливает не только его конкурентные позиции в настоящее время, но и возможности усиления конкурентных позиций в будущем. Сильные стороны туроператора превращены в его исключительные конкурентные преимущества, а основные пути развития компании, направленные на усиление конкурентной позиции на туристском рынке, за счет совершенствования работы фирмы, контроля качества предоставления услуги, повышения квалификации сотрудников и персонала. Руководству компании я бы порекомендовал изменить кадровую политику компании, улучшить условия труда персонала, привлекать более квалифицированных специалистов в региональные офисы, больше делегировать и прислушиваться к руководителям региональных офисов, ведь они зачастую владеют большей информацией о ситуации в регионе. Также важно улучшать качество сервиса в принимающих офисах, что укрепит имидж компании как надежного туроператора, предлагающего качественные и надежные услуги.

Так как в ходе проведения опроса рынка туроператоров он показал наличие схожих тенденций развития отрасли, а также наличием общих проблем присутствующих в данной отрасли, то проведенный мною SWOT – анализ может также использоваться в качестве основы для разработки стратегии развития туристических компаний.

**Вывод.** В исследовании рассмотрены основные аспекты рынка туроператоров Санкт-Петербурга. В ходе анализа рынка туроператоров было отмечено партнерство и кооперация между туристическими фирмами, основанные на их дифференциации по географии отправки и по преимущественным направлениям работы. Также, ведущие организации туристической отрасли объединились в проект под названием “Лига туроператоров” которая включает в себя таких туроператоров как: ПетроТур, СканТур, Созвездие и др. Задачами данного проекта являются выработка единой позиции по актуальным вопросам бизнеса и ее представление в органах государственной власти, согласование единой позиции по взаимодействию с музеями и другими партнерами/поставщиками, а также защита прав и интересов членов Ассоциации.

Можно сделать следующие выводы:

1. Нормативно-правовая база, регулирующая деятельность индустрии туризма, нуждается в совершенствовании. В частности, во внесении изменений в основной Федеральный Закон № 132.
2. Значительное влияние на туристический рынок оказывает ярко выраженный сезонный характер предложения большинства туроператоров.
3. Значительная часть рынка принадлежит нескольким ведущим компаниям, при наличии большого количества небольших фирм.
4. Рынок туроператоров в России достаточно развит и продолжает динамично развиваться.

## 2.4 Рекомендации

Проведённый анализ позиций заинтересованных сторон свидетельствует, что в последние годы в России наблюдается увеличение спроса на внутренний туризм. Однако для того, чтобы удовлетворить потребности населения предстоит решить ряд серьезных проблем таких как: изменение устаревшего Федерального Закона № 132, который не отвечает современным требованиям, недостаточно развитая инфраструктура (плохое качество дорожного покрытия, отсутствие быстрого ж/д сообщения, недоступность авиасообщения в части регионов и т. д.), высокие цены на туристические услуги в связи с ростом цен на жилье, питание и транспортные услуги. Расходы на путешествия становятся дороже из-за чего большинство граждан вынуждены от него отказываться, проводя отдых дома или на даче. Кроме того, существуют проблема недостаточного уровня образования сотрудников, занятых в туризме.

Для решения вышеперечисленных проблем разработаны рекомендации для органов государственного регулирования туристической сферы:

1. Выделение средств на возобновление программы “Туристический кешбэк”.

С целью стимулирования внутренних туристических поездок, так как любая поддержка, любые акции, такие как кешбэк, популярны у населения и способны повысить мобильность граждан для внутреннего туризма.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы.

Разработать новый законопроект, который будет включать в себя современные туристические тренды: экотуризм, защита окружающей среды, безопасность и защита туристов и мн., др.

1. Поддержка малого и среднего предпринимательства (МСП).

Разработать программы финансовой поддержки. Одно из основных требований представителей туроператоров, относящихся к МСП, выявленное в ходе интервью, — это просьба о поддержке со стороны органов государственной власти.

1. Снижение финансовой нагрузки для туроператоров.

Предоставить отсрочку в платежах по страховым взносам, а также в выплате основного долга по привлеченным ранее кредитам и другие виды финансовой помощи.

1. Поддержка образовательных организаций.

Реализация программ среднего и высшего образования и возрождение системы развивающего обучения в сфере туризма. Способна в среднесрочной перспективе подготовить высоко квалифицированных сотрудников, которые используя новые знания будут способны улучшить текущую ситуацию в туристической отрасли.

Все вышеперечисленные рекомендации способны улучшить текущую ситуацию в туристической отрасли, однако без своевременных действий от государственных органов, регулирующих эту сферу, вышеупомянутые проблемы могут препятствовать устойчивому развитию туризма в России.

**Рекомендации для туроператоров**

Также в ходе проведенного исследования позиций туроператоров была выявлена общая потребность в привлечении новых клиентов, о которой заявляли представители туроператоров. Поэтому для решения этой потребности были выделены следующие рекомендации, способные привлечь новых клиентов, сделать их путешествия безопаснее, а также улучшить их комфортное пребывание в туристической поездке:

1. Улучшение качества обслуживания

Предполагает обучение персонала и улучшение качества обслуживания помогут удовлетворить потребности туристов и повысить уровень лояльности.

1. Клиентоориентированность

Должна быть приоритетом для туроператоров. Позиции выявленных в ходе исследования кластеров потребителей должны быть учтены туроператорами для диверсификации туристических программ согласно выделенным предпочтениям.

1. Развитие новых технологий

Удобные сайты, работающий 24/7 колл-центр может упростить процесс бронирования и оплаты путешествия, а также сделать процесс более удобным и простым для туристов. Туроператоры должны использовать все свои возможности, чтобы сделать процесс бронирования и оплаты максимально удобным для своих клиентов.

1. Расширение спектра туристических услуг

Добавление новых маршрутов и направлений может помочь туроператорам привлечь больше клиентов и удовлетворить различные потребности туристов. Например, используя предпочтения, выделенные в ходе кластерного анализа, можно создавать новые программы, для определенных кластерных групп на которые существует спрос в настоящее время.

1. Повышение качества транспортных услуг

Туроператоры должны сотрудничать с проверенными и надежными транспортными компаниями, которые имеют хорошую репутацию и идут на встречу потребностям клиентов, а также улучшать качество транспортных услуг, предоставляя комфортабельные автобусы, арендуя современные самолеты в качестве чартерного, и т. д.

1. Предоставление гарантий или страховки на случай ЧП

Необходимо заботиться о спокойствии и безопасности клиентов. Предоставлять гарантии надежности туроператора, для того чтобы клиент был уверен, что он не останется брошенным, в случае если туроператор окажется банкротом или других чрезвычайных происшествий .

Таким образом, предложенные рекомендации могут способствовать увеличению числа клиентов, обращающихся за покупкой туров. Для потребителей услуг туроператоров это позволит получить высококачественный сервис, многообразие туристических программ и маршрутов, подобранных специально для клиентов, исходя из выявленных кластерных групп, удобную логистику и комфортное пребывание в туре, а также чувство безопасности на случай непредвиденных ситуаций.

# Заключение

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

В работе были рассмотрены основные аспекты туризма как перспективного сектора экономики. Было определено, что туризм обладает значительным потенциалом как инструмент экономического развития. Также была рассмотрена нормативно правовая база, связанная с регулированием туристической деятельности как на Федеральном уровне (Федеральный закон №132), так и на региональном уровне (Закон Санкт-Петербурга №741-126 и мн., др.), а также были сформулированы основные понятия, связанные с туризмом. Проведен анализ современного состояния сферы туризма в России. Были сделаны выводы о том, что внутренний туризм полностью восстановился и даже стал превосходить значения допандемийного уровня. Причиной столь бурного роста популярности внутреннего туризма послужили события 24 февраля 2022 года и последующие санкции, которые ограничили возможность российским туристам выезжать за границу. Также одной из главных причин, послуживших росту спроса на внутренний туризм, стала государственная программа “Туристический кешбэк”, она позволила российским туристам возвращать от 20 до 40% суммы, затраченной на туристические туры по России. В сумме эти две основные причины и послужили увеличению популярности внутреннего туризма.

В рамках первой главы данной работы анализируется роль международного сотрудничества в развитии туристической деятельности. Был рассмотрен опыт от участия России в таких международных организациях как ЮНВТО, ОЭСР, ШОС, СНГ и многие другие. По результатам проведенного анализа были определены совместные усилия правительства РФ и стран участниц ЮНВТО по ускорению и расширению содействия развитию туризма (международного и внутреннего), взаимопониманию, а также содействию в установлении постоянных взаимоотношений между различными объединениями туроператоров и многие другие факторы, способствующие развитию туристической деятельностью.

В этой главе были определены основные барьеры и драйверы роста для туристической отрасли. Так, одним из основных барьеров было названо устаревшее и не отвечающее современным требованиям законодательство о туризме. Так как законодательство о туризме в России было принято еще в начале 2000-х годов, многие его положения стали устаревшими и не учитывают глобальные изменения, произошедшие как в самой индустрии туризма, так и в других сферах жизни. Поэтому изменения и поправки в основной Федеральный закон должны исправить существующие проблемы, а также добавить новые статьи законов, которые будут стимулирующие развитие туристической отрасли. Также одним из основных барьеров было названо плохо развитая туристическая инфраструктура в большинстве регионов России, где присутствует лишь небольшое количество гостиниц, отелей, санаториев и т. д. А также неразвитость транспортного обслуживания (плохое качество дорог, удовлетворительное состояние аэропортов, железнодорожных вокзалов и т. д.), все эти и другие проблемы, описанные в работе, замедляют или делают невозможным туристические поездки в некоторые регионы России.

Однако помимо барьеров, присутствующих в туристической отрасли, есть также и драйверы роста, как например пандемия 2020 года стала драйвером роста внутреннего туризма, когда рынок быстро переформатировался за считанные месяцы, и в России случился туристический бум, а развитие туристической отрасли на территории России правительством РФ определено как приоритетное. Были приняты многочисленные программы, которые позволят объединить денежные средства как государственные, так и частные для улучшения инфраструктуры и строительства новых туристических объектов.

Во второй главе был проведен анализ позиций главных заинтересованных сторон (стейкхолдеров) в развитии туристической отрасли РФ, ими стали органы государственного регулирования туристической отрасли, граждане РФ и туроператоры занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов. Таким образом по каждому из стейкхолдеров был проведен анализ их позиций по текущей ситуации в отрасли, исходя из который были сформулированы рекомендации для основных заинтересованных сторон.

В ходе анализа интервью с представителями государственных органов, регулирующих туристическую отрасль, а также глав регионов была проанализирована их позиция по текущей ситуации в отрасли. Так, представители государственных органов отмечают высокий спрос на внутренний туризм, однако из-за возможного отсутствия безопасности в таком регионе как Крым по оценкам экспертов в этом году ожидается снижение спроса на отдых в этом регионе, который на текущий момент не входит даже в топ-30 внутренних направлений. Однако в других рассмотренных регионах ситуация кардинально отличается, например в Краснодарском крае наблюдается почти 100% загрузка отелей на летний период, а также ожидается до 20 млн., туристов что будет являться абсолютным рекордом для края. Что касается Санкт-Петербурга то по словам глава Комитета по развитию туризма Санкт‑Петербурга, это «туристский магнит» и транспортный хаб, играющий значительную роль в поддержании туристического потока в регионы Северо-Запада России, также Санкт-Петербург занимает второе место по объему бронирования на текущий летний период уступая только Москве.

В этой главе также описаны результаты эмпирическое исследование в рамках опроса граждан по их позиции по отношению к текущим аспектам развития туристической отрасли в РФ, по результатам которого был проведен кластерный анализ, который разделил респондентов на 3 кластерные группы в соответствии с их предпочтениями по проведению отпуска, мною эти кластерные группы были названы, как “Активные путешественники”, “Домоседы и дачники” и “Молодые и заинтересованные”.

Также было проведен опрос представителей туроператоров для выявления их позиций. В ходе исследования представители 10 туристических организаций отвечали на вопросы касательно существующих проблем в отрасли, о направлениях, которые предлагает организация, также туроператоры предоставляли данные об изменении спроса и цены на услуги, оказываемые организацией, говорили о мерах поддержки, которые хотели бы получить от государства и многое другое. Таже ввиду схожести ответов касаемо увеличения спроса на услуги туроператоров, цены на предоставляемые услуги, широты туристических направлений было принято решение о проведении SWOT – анализа для оценки деятельности компании одного из представленных в опросе туроператора. В ходе которого были выявлены его сильные и слабые стороны, а также представлены внешние факторы, влияющие на угрозы и возможности для туристической отрасли.

По результатам проведенного исследования позиций заинтересованных сторон были даны рекомендации для стейкхолдеров, например, рекомендация для органов государственного регулирования включат в себя исправление текущих проблем, связанных с устаревшим законодательством, инвестиции в туристическую инфраструктуру, поддержка компаний, работающих в туристической сфере (в частности туроператоров) и другие рекомендации. А для представителей туроператоров были выделены следующие главные рекомендации: улучшение качества обслуживания, развитие новых технологий, Расширение туристических услуг, а также предоставление гарантий безопасности клиентам на случай ЧП.

# Список литературы

Администрация Санкт-Петербурга. Статья: Вызовы и новые возможности делового туризма. Дата публикации: 4.04.2022 года. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/234789/>

Ассоциация Туроператоров. О компании Tez Tour. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/34>

Ассоциация Туроператоров. О компании Скан Тур. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/47769>

Бояркова Г. “Фонтанка.ру”. Курортный сбор в Санкт-Петербурге. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.fontanka.ru/2023/03/07/72115874/>

Брель О. А. Казанский педагогический журнал. 2016. № 4. (117).[Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourlib.net/statti_tourism/brel2.htm>

Г. В. Жигунова, Е. Н. Шарова. Мурманский арктический государственный университет. Научная статья: “*Потребность в кадрах туристической отрасли (на материалах экспертного опроса)*” 2021 год. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebnost-v-kadrah-turisticheskoy-otrasli-na-materialah-ekspertnogo-oprosa/viewer>

Герейханова А. Статья: Россия ждет иностранных туристов. Российская газета. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rg.ru/2022/11/01/rossiia-zhdet-inostrannyh-turistov-glavnye-porucheniia-prezidenta.html>

Герц. И. Комсомольская правда. Статья: Турбизнес начал адаптироваться к актуальным условиям. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: https://www.crimea.kp.ru/online/news/5196898/

Госпрограмма «Развитие Туризма» [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/docs/44285/>

Государственные программы по развитию турима. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/docs/44285/>

Данные за 2022 год от Ассоциации туроператоров (АТОР) [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/50839>

И.С. Кусов, Р. Р. Тимиргалеева, Н. В. Шабалина. Севастопольский Государственный Университет. Организация туристической деятельности (Учебное пособие) [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://201824.selcdn.ru/elit-142/pdf/978-5-6045802-5-7.pdf>

Кириллов В. П. Актуальные проблемы правового обеспечения туризма в России. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-pravovogo-obespecheniya-turizma-v-rossii/viewer>

Козлова А. Комсомольская правда. Статья: Что интересного ждет российских туристов в городе на Неве. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/27290/4427687/>

Консультант Плюс. Федеральный закон от 29.07.2017 № 214-ФЗ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221174/>

Курортный сбор в регионах, присоединившихся к эксперименту. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/s518619>

Международное сотрудничество в сфере туризма. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://studme.org/114708/menedzhment/mezhdunarodnoe_sotrudnichestvo_sfere_turizma>

Мельников Р. Российская газета. Интервью с главой Крыма Сергеем Аксеновым про развитие туризма в регионе. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rg.ru/2022/07/31/reg-ufo/zhdem-cheloveka-s-riukzakom.html>

Меркулова А. Статья: От курортного сбора выиграет только Турция и теневой сектор. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://expertsouth.ru/news/ot-kurortnogo-sbora-v-rossii-vyigraet-tolko-turtsiya-i-tenevoy-sektor/>

Министерство экономического развития РФ. Совещание с регионами по подготовке к летнему туристическому сезону [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/material/news/v>

Михеенко. Д. Коммерсантъ. Статья: Что ждет курортный бизнес Краснодарского края в 2023 году. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5843585>

Официальный сайт Главы Республики Крым. Подготовка к летнему сезону 2023 года. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://glava.rk.gov.ru/ru/article/show/5939>

Официальный сайт туроператора Tez Tour. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://teztr.ru/?etext&yclid=2431364266600765952>

Официальный сайт туроператора Библио-Глобус [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bgoperator.ru/docs.shtml?action=pc&section=580228>

Официальный сайт туроператора ПетроТур [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tour-spb.ru/tours-Petrotour-Servis/Egypt/Excursion>

Официальный сайт туроператора Скан Тур [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://scantour.ru/about_us>

Официальный сайт туроператора Созвездие [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://sozvezdie-tour.ru/>

Правовое регулирование в туризме. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.snta.ru/press-center/pravovoe-regulirovanie-v-turizme-/>

Программа Туристический кешбэк. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10970573>

Рамблер/путешествия. Статья: Туроператоры против введения «Электронной путевки». [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://travel.rambler.ru/news/50342231-turoperatory-raskritikovali-sistemu-elektronnaya-putevka-iz-za-spornyh-momentov/>

Саченок Л. И. Ученые записки. КФУ им. В. И Вернадского. Статья: Проблемные аспекты правового регулирования и их решение. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://sn-law.cfuv.ru/wp-content/uploads/2021/05/Uchenyie-zapiski.-YUristyi----4-2020-454-466.pdf>

Синицин А. Статья: ЦСР. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа:<https://www.csr.ru/upload/iblock/6a1/6a14b85fb06482c466439edfde3a879d.pdf>

Соглашение между ООН и Всемирной туристской организацией. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agreem_tourism_org.shtml>

ТАСС. Электронные визы для жителей дружественных стран. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/16219677>

ТАСС: Кабмин выделил более 12 млрд рублей на развитие туризма [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/17008727>

1. Туризм и туристические фирмы по данным Росстат. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/>

Федеральное агентство по туризму. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/about/press-center/news/rossiya-podpisala-soglashavshie-o-razvitii-sotrudnichestva-v-oblasti-turizma-v-ramkakh-shos/>

Федеральное агентство по туризму. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/organizatsiya-ekonomicheskogo-sotrudnichestva-i-razvitiya-oesr/>

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) от 24 ноября 1996 года N 132-ФЗ [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/>

1. Яковлев А. А, Шадрин А. Е, Симачев Ю. В. Статья НИУ ВШЭ: Туризм в эпоху пандемии: Черное море вместо Средиземного, Петербург вместо Парижа. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/expertise/452697792.html>

Tadviser: Туризм мировой рынок. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php)>

# Приложения

## Приложение 1. Анкета для опроса граждан

1. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст

* До 25 лет
* 26-45 лет
* 46-65 лет
* Более 65 лет

1. Ваш пол:

* Мужской
* Женский

1. Ваше образование:

* Среднее
* Среднее профессиональное
* Неоконченное высшее
* Высшее
* Ученая степень

1. Ваш род деятельности:

* Студент
* Безработный (ая)
* Работа в государственном учреждении
* Работа в бюджетной сфере
* Работа в коммерческой сфере
* Пенсионер(ка)
* Другое: *написать*

1. Место Вашего проживания:

* Москва, Санкт-Петербург
* Город миллионник
* Крупный город (250 тыс. - 1 млн., жителей)
* Средний город (50 тыс. – 250 тыс. жителей)
* Малый город (менее 50 тыс. жителей)

1. Любите ли вы путешествовать?

* Определенно да
* Скорее да, чем нет
* Скорее нет, чем да
* Определенно нет
* Затрудняюсь ответить

1. С какой целью Вы обычно путешествуете? (выберите не более 3-х целей)

* Отдых, досуг, развлечения
* Познавательные цели (обзор достопримечательностей, культурное обогащение)
* Образование
* Спорт
* Лечение
* Деловые цели
* Посещение друзей, родственников
* Другое (указать)

1. Какие самые главные потребности Вы удовлетворяете во время путешествий? (выберите не более 3-х факторов)

* Отвлечение от повседневных забот и хлопот
* Смена обстановки
* Отдых от социальной роли (дочери/сына, студента, коллеги, подчиненного, начальника и т.д.) и возможность побыть другим
* Отдых и повышение жизненной энергии, сил
* Знакомство с новой культурой
* Получение багажа впечатлений и рассказов
* Знакомство с новыми людьми
* Получение новых знаний, информации
* Другое (указать)

1. Где Вы предпочитаете проводить свой отпуск?

* В России
* За рубежом
* И там, и там
* Я провожу отпуск дома или на даче

1. В туристическую поездку по каким городам/местам России вы хотели бы отправиться в течение ближайшего года?

* Москва и Санкт-Петербург
* Города Золотого кольца
* Курорты Краснодарского края
* Дальний Восток
* Другое (указать)

1. Отдыхали ли Вы за пределами России? Если да, то, когда последний раз вы ездили отдыхать за границу?

* Менее года назад
* От года до трех лет назад
* От трех до пяти лет назад
* От пяти до десяти лет назад
* Десять лет назад и более
* Никогда

1. Как часто в течение последних пяти лет Вы совершали туристические поездки?

* Реже чем 1 раз в год
* 1-2 раза в год
* 3-4 раза в год
* Более 4 раз в год

1. Как Вы обычно выбираете место отдыха? (выберите не более 3-х способов)

* Советуюсь с друзьями
* Ищу информацию в интернете
* Выбираю самостоятельно, основываясь на своих предпочтениях
* Смотрю видеоролики (телепередачи) о туризме
* Обращаюсь за рекомендациями в турагентство
* Другое (укажите)

1. Какими определяющими факторами Вы бы руководствовались, если бы выбирали путешествие по России?

\*) Оцените, пожалуйста, нижеперечисленные факторы, где 8 - САМЫЙ ВАЖНЫЙ фактор, а 1 - самый НЕ ВАЖНЫЙ. Прошу Вас не дублировать цифры, а каждому фактору присвоить свою важность.

* Стоимость
* Качество обслуживания
* Культурное наследие
* Развлекательные/увеселительные программы
* Природные особенности (море, горы, пустыня)
* Климатические условия
* Престиж
* Развитость и расположение инфраструктуры

1. Каковы ключевые проблемы, препятствующие развитию туризма в Вашем городе? (возможно несколько вариантов ответа):

* В городе нет препятствий для развития туризма;
* В городе нет ярких туристских достопримечательностей / мало ресурсов для отдыха и оздоровления;
* Отсутствует/слабо развита туристская инфраструктура (гостиницы, рестораны, санатории и т. п.) ;
* Плохая транспортная инфраструктура (дороги, станции техобслуживания, общественный транспорт);
* Местное население не готово к наплыву туристов;
* Другое (указать)

1. Каковы основные положительные аспекты развития туризма в Вашем городе? (возможно несколько вариантов ответа):

* Появление новых рабочих мест и возможности для дополнительного заработка;
* Развитие инженерной инфраструктуры (дороги, линии связи, канализация, водоснабжение и пр.) города;
* Развитие сферы услуг, которыми могут пользоваться как туристы, так и местное население;
* Улучшение имиджа города;
* Возможность общения с людьми из разных стран и регионов;
* Другое (указать)

1. Как вы относитесь к идее введения курортного сбора?

* Положительно
* Отрицательно
* Затрудняюсь ответить

1. В целях развития внутреннего туризма действует программа туристического кешбэка, в рамках которой россияне, оплачивающие картой «МИР» отдых в пределах страны в период с 25 августа по 10 сентября 2022 года, могут получить компенсацию расходов до 20 тыс. руб. Знаете ли вы о подобной программе?

* Да, знаю подробно
* Что-то слышал (а)
* Впервые слышу

1. Как Вы думаете, в ближайшие три-пять лет, условия для внутреннего туризма, поездок по нашей стране будут улучшаться, ухудшаться или существенно не изменятся?

* Будут улучшаться
* Будут ухудшаться
* Существенно не изменятся
* Затрудняюсь ответить

1. Анкета для опроса граждан

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель вопроса** | **Номер вопроса в анкете** |
| 1. Определить структуру и социальные характеристики выборки. | 1, 2, 3, 4, 5 |
| 1. Определить туристические предпочтения. | 6, 7, 8, 9, 10 |
| 1. Определить частоту путешествий. | 11, 12 |
| 1. Определить предпочтения выбора направления для туризма. | 13, 14 |
| 1. Определить ключевые проблемы, препятствующие развитию туризма. | 15 |
| 1. Определить положительные аспекты развития туризма. | 16 |
| 1. Определить отношение к курортному сбору. | 17 |
| 1. Определить осведомлённость о программе туристический кешбэк. | 18 |
| 1. Определить перспективу развития внутреннего туризма | 19 |

*Источник: составлено автором*

## Приложение 2. Анкета для опроса туроператоров

1. Какие изменения произошли начиная с прошлого года?
2. Какие меры государственного регулирования туроператор считает барьером для развития отрасли и какие меры поддержки хотели ли бы получить от государства?
3. Какие проблемы присутствуют в отрасли (кроме государственного регулирования)?
4. Какова конкуренция на рынке туроператоров?
5. Насколько изменилась стоимость оказания туристических услуг, оказываемая туроператором и с чем это связанно?
6. Какие туристические предпочтения Вы можете выделить у Ваших клиентов?
7. Какие туристические направления предлагает Ваша компания?
8. Анкета для опроса туроператоров

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель вопроса** | **Номер вопроса в анкете** |
| Определить изменения, произошедшие в отрасли. | 1 |
| Определить барьеры, создаваемые гос. регулированием и меры поддержки. | 2 |
| Определить ключевые проблемы, препятствующие развитию туризма. | 3 |
| Определить характер конкуренции присутствующей в отрасли. | 4 |
| Определить причины изменения стоимости на услуги туроператоров. | 5 |
| Определить туристические предпочтения, пользующиеся наибольшей популярностью у клиентов. | 6 |
| Определить туристические направления, предлагаемые туроператором. | 7 |

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, Шрифт, число

Автоматически созданное описание*Источник: составлено автором*

## Приложение 3. Статистические данные

1. Индекс Хьюберга

*Источник: составлено автором*

1. Изображение выглядит как текст, линия, диаграмма, График

   Автоматически созданное описаниеИндекс D.

Источник: составлено автором

1. Правовое регулирование в туризме. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа:<https://www.snta.ru/press-center/pravovoe-regulirovanie-v-turizme-/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Государственные программы по развитию турима. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/docs/44285/> [↑](#footnote-ref-2)
3. Консультант Плюс. Федеральный закон от 29.07.2017 № 214-ФЗ [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221174/> [↑](#footnote-ref-3)
4. Курортный сбор в регионах, присоединившихся к эксперименту. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/s518619> [↑](#footnote-ref-4)
5. Бояркова Г. “Фонтанка.ру”. Курортный сбор в Санкт-Петербурге. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.fontanka.ru/2023/03/07/72115874/> [↑](#footnote-ref-5)
6. Программа Туристический кешбэк. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10970573> [↑](#footnote-ref-6)
7. Tadviser: Туризм мировой рынок. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php)> [↑](#footnote-ref-7)
8. ТАСС: Кабмин выделил более 12 млрд рублей на развитие туризма [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/17008727> [↑](#footnote-ref-8)
9. Госпрограмма «Развитие Туризма» [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/docs/44285/> [↑](#footnote-ref-9)
10. Данные за 2022 год от Ассоциации туроператоров (АТОР) [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/50839> [↑](#footnote-ref-10)
11. Яковлев А. А, Шадрин А. Е, Симачев Ю. В. Статья НИУ ВШЭ: Туризм в эпоху пандемии: Черное море вместо Средиземного, Петербург вместо Парижа. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/expertise/452697792.html> [↑](#footnote-ref-11)
12. Туризм и туристические фирмы по данным Росстат. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/> [↑](#footnote-ref-12)
13. Федеральное агентство по туризму. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/about/press-center/news/rossiya-podpisala-soglashavshie-o-razvitii-sotrudnichestva-v-oblasti-turizma-v-ramkakh-shos/> [↑](#footnote-ref-13)
14. Соглашение между ООН и Всемирной туристской организацией. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agreem_tourism_org.shtml> [↑](#footnote-ref-14)
15. Международное сотрудничество в сфере туризма. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://studme.org/114708/menedzhment/mezhdunarodnoe_sotrudnichestvo_sfere_turizma> [↑](#footnote-ref-15)
16. Федеральное агентство по туризму. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/organizatsiya-ekonomicheskogo-sotrudnichestva-i-razvitiya-oesr/> [↑](#footnote-ref-16)
17. И.С. Кусов, Р. Р. Тимиргалеева, Н. В. Шабалина. Севастопольский Государственный Университет. Организация туристической деятельности (Учебное пособие) [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://201824.selcdn.ru/elit-142/pdf/978-5-6045802-5-7.pdf> [↑](#footnote-ref-17)
18. Кириллов В. П. Актуальные проблемы правового обеспечения туризма в России. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-pravovogo-obespecheniya-turizma-v-rossii/viewer> [↑](#footnote-ref-18)
19. Брель О. А. Казанский педагогический журнал. 2016. № 4. (117). [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tourlib.net/statti_tourism/brel2.htm> [↑](#footnote-ref-19)
20. Г. В. Жигунова, Е. Н. Шарова. Научная статья. Мурманский арктический государственный университет. “*Потребность в кадрах туристической отрасли (на материалах экспертного опроса)*” 2021 год. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebnost-v-kadrah-turisticheskoy-otrasli-na-materialah-ekspertnogo-oprosa/viewer> [↑](#footnote-ref-20)
21. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) от 24 ноября 1996 года N 132-ФЗ [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/> [↑](#footnote-ref-21)
22. Саченок Л. И. Ученые записки. КФУ им. В. И Вернадского. Проблемные аспекты правового регулирования и их решение. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <http://sn-law.cfuv.ru/wp-content/uploads/2021/05/Uchenyie-zapiski.-YUristyi----4-2020-454-466.pdf> [↑](#footnote-ref-22)
23. Синицин А. Статья: ЦСР. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа:<https://www.csr.ru/upload/iblock/6a1/6a14b85fb06482c466439edfde3a879d.pdf> [↑](#footnote-ref-23)
24. Меркулова А. Эксперт Юг. Статья: От курортного сбора выиграет только Турция и теневой сектор. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://expertsouth.ru/news/ot-kurortnogo-sbora-v-rossii-vyigraet-tolko-turtsiya-i-tenevoy-sektor/> [↑](#footnote-ref-24)
25. Герейханова А. Статья: Россия ждет иностранных туристов. Российская газета. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rg.ru/2022/11/01/rossiia-zhdet-inostrannyh-turistov-glavnye-porucheniia-prezidenta.html> [↑](#footnote-ref-25)
26. ТАСС. Электронные визы для жителей дружественных стран. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/16219677> [↑](#footnote-ref-26)
27. Министерство экономического развития РФ. Совещание с регионами по подготовке к летнему туристическому сезону [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/material/news/v> [↑](#footnote-ref-27)
28. Администрация Санкт-Петербурга. Статья: Вызовы и новые возможности делового туризма. Дата публикации: 4.04.2022 года. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/234789/> [↑](#footnote-ref-28)
29. Козлова А. Комсомольская правда. Статья: Что интересного ждет российских туристов в городе на Неве. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/27290/4427687/> [↑](#footnote-ref-29)
30. Мельников Р. Российская газета. Интервью с главой Крыма Сергеем Аксеновым про развитие туризма в регионе. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://rg.ru/2022/07/31/reg-ufo/zhdem-cheloveka-s-riukzakom.html> [↑](#footnote-ref-30)
31. Официальный сайт Главы Республики Крым. Подготовка к летнему сезону 2023 года. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://glava.rk.gov.ru/ru/article/show/5939> [↑](#footnote-ref-31)
32. Герц. И. Комсомольская правда. Статья: Турбизнес начал адаптироваться к актуальным условиям. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: https://www.crimea.kp.ru/online/news/5196898/ [↑](#footnote-ref-32)
33. Михеенко. Д. Коммерсантъ. Статья: Что ждет курортный бизнес Краснодарского края в 2023 году. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5843585> [↑](#footnote-ref-33)
34. Ассоциация Туроператоров. О компании Tez Tour. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/34> [↑](#footnote-ref-34)
35. Официальный сайт туроператора Tez Tour. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://teztr.ru/?etext&yclid=2431364266600765952> [↑](#footnote-ref-35)
36. Ассоциация Туроператоров. О компании СканТур. [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/47769> [↑](#footnote-ref-36)
37. Официальный сайт туроператора СканТур [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://scantour.ru/about_us> [↑](#footnote-ref-37)
38. Официальный сайт туроператора ПетроТур [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://tour-spb.ru/tours-Petrotour-Servis/Egypt/Excursion> [↑](#footnote-ref-38)
39. Официальный сайт туроператора Созвездие [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://sozvezdie-tour.ru/> [↑](#footnote-ref-39)
40. Официальный сайт туроператора Библио-Глобус [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bgoperator.ru/docs.shtml?action=pc&section=580228> [↑](#footnote-ref-40)
41. Рамблер/путешествия. Статья: Туроператоры против введения «Электронной путевки». [Электронный̆ ресурс]. — Режим доступа: <https://travel.rambler.ru/news/50342231-turoperatory-raskritikovali-sistemu-elektronnaya-putevka-iz-za-spornyh-momentov/> [↑](#footnote-ref-41)