

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ТУРИЗМА РФ

В.Н. Бабилова

М.В. Радионова

*Пермский государственный национальный
исследовательский университет, г. Пермь*

На сегодняшний день туризм является одним из быстрорастущих рынков, показывающих высокие темпы роста каждый год. Для многих стран туризм является важным источником поступления валюты. Уже сейчас туризм занимает значительное место в экономиках стран. В ближайшем будущем доля туризма в мировом ВВП составит 10%. Наряду с прогнозируемым ростом уровня занятости в сфере туризма до 10% от общего уровня занятости во всем мире, туризм становится влиятельной силой мировой экономики и одним из ее главных двигателей. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, услуги гостиниц и ресторанов, торговля, строительство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития. В работе рассмотрено современное состояние туризма в России, затронуты проблемы развития туризма в РФ, а также пути решения возникающих проблем.

«Туризм» как понятие отражает множество аспектов. В настоящее время в научной литературе не сложилось единого универсального определения туризма. Его можно рассматривать и как экономическое явление, и как движение, перемещение людей, и как форму организации отдыха, и как средство знакомства с культурно-историческим наследием. Однако каждое понятие туризма характеризует отдельную сторону этого сложного феномена.

Так в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (в ред. Федерального закона от 05.02.2007) под «туризмом» понимаются «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания»[9].

В основе туризма находятся две подсистемы: субъект туризма и объект туризма. Под субъектом туризма понимается участник туристского мероприятия или турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения специфических туристских услуг.

Под объектом туризма понимается все, что может стать для субъекта туризма (туриста) целью путешествия.

Туризм является открытой системой, взаимодействующей и функционирующей в определенной среде, которая складывается под воздействием политических, экономических, социальных, технологических и природных (экологических) факторов.

Туризм происходит внутри какого-то общества, экономики, политики, экологии и технологии. Все эти факторы оказывают на него влияние. Большею частью зависит он от окружающей среды. Экономика влияет на туризм: чем выше доход населения, тем больше спрос на услуги этого вида. Чтобы большее количество людей могло путешествовать, необходимо равномерное распределение этого дохода. Неотъемлемой частью функционирования туризма как системы является человек. Современный человек – это часть информационного общества, который подчинен развитию науки, индустрии, информационных технологий. Но главной чертой общества XXI в. будет всестороннее развитие личности, что потребует больших вложений в сферу «развития» человека: культуру, образование, науку, туризм. Туризм обеспечивает не только восстановление жизненных сил человека и рациональное использование им свободного времени, но и развитие личности, повышение интеллектуального уровня в процессе участия туристов в культурно-познавательных мероприятиях. Объективная реальность современной жизни породила объективную потребность в многочисленных формах отдыха, а туризм помогает адаптироваться человеку в условиях НТП, интенсификации труда и нарастающего темпа жизни.

Целостность, т.е. внутреннее единство туризма как системы, также ярко проявляется и при взаимодействии туризма с природной средой. Туристская деятельность определяется окружающей средой, в которой осуществляется процесс производства и потребления туристских услуг. Первоначальной основой туризма являются географические и природные условия. Не случайно на ранней стадии туризм получил развитие в странах с благоприятным, мягким климатом и целебными источниками, таких как Австрия, Чехия, Швейцария, Германия и др. Эти страны до сих пор являются лидерами в мировом туризме. Природная среда активно вовлечена в туристскую деятельность, а природным благам принадлежит особое значение в удовлетворении потребностей туристов.

Также, на туристский бизнес оказывают влияние не только политические события, но и ряд других факторов (экономических, демографических и т. д.), что обуславливает изменчивость туризма как системы. Так, введение единой европейской валюты (ЕВРО) и рост курса ЕВРО привели к повышению цен на европейские турпакеты.

Проблемы развития туризма в РФ

Население России в настоящее время составляет почти 144 млн человек 160-ти различных национальностей. Территория Российской Федерации занимает более 17 млн кв. км и располагается в 11 часовых поясах. Поездки по стране на поезде измеряются не в часах, а в днях. Разнообразие климатических зон и географического ландшафта, а также бурная и вызывающая острый интерес история страны, не говоря уже о богатейшем культурном наследии — от живописи и музыки до литературы и религии — вот, что сегодня предлагает Россия туристам. Наша страна располагает огромным потенциалом для развития въездного туризма. Природное и культурно-историческое разнообразие страны позволяет развивать практически все виды туризма, включая наиболее распространенные по потребительским предпочтениям: рекреационный туризм (туризм с целью отдыха и развлечений), культурно-познавательный (включая религиозный и паломнический), деловой, спортивный, экстремальный, лечебно-оздоровительный, экологический, сельский, образовательный, научный и т. д.

По прогнозу Всемирной организации по туризму (World Tourism Organization) у России есть возможности стать одним из лидеров в сфере туризма и путешествий. При развитии туристской инфраструктуры на международном уровне наша страна способна принимать в год до 40 млн иностранных туристов, и через 10 лет может войти в десятку самых популярных направлений туризма.

Однако туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере. Основными факторами, сдерживающими развитие внутреннего и въездного туризма, является неразвитая туристская инфраструктура, отсутствие благоприятных условий для инвестиций, невысокое качество обслуживания туристов и недостаточно активное имиджевое позиционирование России как туристической державы на внутреннем и международном рынках, что оказывает негативное влияние на рейтинговые показатели страны.

Слабую активность населения в сфере организованного внутреннего туризма подтверждает и структура продаж турагентства в Москве: 85% — заграничные туры и 15% — российские. Причиной тому служат существующие проблемы в данной отрасли в отношении средств размещения, транспортной сфере, кадров и маркетинговой составляющей, а также государственного регулирования.

Основными проблемами развития внутреннего туризма в Российской Федерации являются:

1. Проблема средств размещения.

Отсутствие достаточного количества средств размещения особенно ориентированных на массового туриста, а также высокую стоимость действующих средств размещения. Проблема заключается в том, что строительство новых гостиниц, особенно среднего класса, требует значительных затрат и длительных сроков окупаемости. Инвесторы охотнее вкладывают деньги в строительство жилых комплексов, учитывая, что сроки окупаемости подобных проектов значительно ниже.

В отношении высокой стоимости, предоставляемых средств размещения можно отметить, что данная проблема способствует популяризации отдыха российских граждан в Турции, Египте, Тунисе и других странах, отдых в которых зачастую значительно дешевле, чем на Черном море в России.

2. Транспортная проблема.

Высокая стоимость транспортных услуг (авиа и железнодорожного транспорта), а также отсутствие инфраструктуры для путешествий автотранспортом, в том числе, низкое качество дорог, недостаточное количество придорожных кафе, гостиниц, стоянок, информационных указателей, низкий уровень сервиса и высокие цены за услуги, предоставляемые автотуристам — данные факторы существенно препятствуют развитию внутреннего туризма.

3. Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма, обусловленный, в том числе, низкой окупаемостью инвестиций в сфере туризма.

Инвесторам выгоднее вложить средства в строительство жилого комплекса, чем гостиницы, окупив затраты значительно быстрее. Особенно это касается строительства в крупных городах, где стоимость земельного участка под застройку довольно высокая.

4. Низкий уровень «культуры отдыха».

«Культура отдыха» подразумевает готовность населения принимающих регионов, а также работников туристской сферы к взаимодействию с туристами, обменом опытом, проявлением доброжелательности и гостеприимства, проявлению такта и толерантности, а также уважительное и бережное отношение туристов к посещаемым ими объектам и территориям, быту и обычаям местного населения, укладу их жизни. Данный аспект касается готовности местного населения принять, встретить или просто помочь туристам, приезжающим на отдых. Не во всех регионах России местное население адекватно реагирует на приезд отдыхающих, в некоторых случаях открыто выражая свое недовольство. Зачастую причиной тому служит поведение туристов и ущерб, который они наносят окружающей среде, а также недопустимая манера поведения отдыхающих.

5. Низкий уровень сервиса.

В настоящее время владельцы гостиниц и других коллективных средств размещения, а также иные участники туристской сферы, борясь за доходность своего бизнеса, проявляют крайнюю заинтересованность в привлечении клиентов, в том числе и путем повышения уровня обслуживания и внимательности к клиентам. Вместе с тем, следует отметить, что проблема низкого уровня сервиса связана также с недостатком квалифицированных кадров.

6. Слабое продвижение туристского продукта внутри страны.

Причиной тому служит слабая реклама и продвижение туристских дестинаций, а также недостаточное использование современных технологий, отсутствие единого портала туристических услуг, содержащего информацию о каждом регионе в области туристских дестинаций, средствах размещения, вариантов туристических маршрутов и комбинированных туров, путеводителей и советов туристам, планирующим путешествие в тот или иной регион.

7. Неравномерное развитие туризма.

Туризм в России имеет очаговый характер, не все регионы работают на создание комплексного туризма, предусматривающего различные варианты отдыха в регионе на срок от 2 дней и более. Туристам интересно увидеть многогранный туризм, в настоящее время особенно популярно комбинирование туров. Важно заинтересовать туриста и предложить варианты отдыха в регионе на несколько дней или неделю, что послужило бы мотивацией посещения удаленных регионов.

В настоящее время развитие въездного туризма в России сдерживается многими факторами, среди которых следует выделить несколько основных.

1. Дефицит позитивной информации о стране, отсутствие рекламы России на зарубежных рынках. В самом крупном всемирном туристском путеводителе «World Travel Guide», который издается в Лондоне, Россия обозначена как страна, неблагоприятная для туризма (единственная из 200 представленных).

2. Неразвитость туристской инфраструктуры. Средний коэффициент износа российской гостиничной базы – 69,4%. Лишь 22% российских гостиниц соответствуют мировым стандартам, то есть могут претендовать на размещение иностранных туристов.

Помимо гостиниц следует отметить нехватку крупных массовых объектов современной индустрии развлечений (аквапарков, тематических парков и т.д.). Остается актуальной также проблема плохих дорог, изношенности транспортной базы и дефицита комфортабельных туристских транспортных средств.

3. Отсутствие опыта создания привлекательных и благоприятных инвестиционных условий для развития средств размещения и туристской инфраструктуры в субъектах РФ.

4. Неблагоприятный для туристских посещений страны визовый режим. Завышенная стоимость виз, длительные сроки их выдачи и иные консульские правила усложняют посещение России иностранными туристами.

5. Невысокий уровень сервиса, цены на предлагаемые туристские услуги не соответствуют их качеству (особенно в части условий размещения, питания и перевозок).

6. Проблемы в сфере торговли товарами и сувенирной продукцией для туристов. На местах сувенирная торговля развита слабо, а в ряде регионов и местностей вообще отсутствует.

Несмотря на множество проблем, сдерживающих развитие въездного туризма в России, у туристского бизнеса в нашей стране большое будущее. Динамичное развитие въездного туризма выступает фактором повышения авторитета нашей страны в мире, стабилизации ее социально-экономической политики.

Современное состояние туристической деятельности в РФ

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

Таблица 1

Въезд в РФ и выезд из РФ 2009 – 2013гг.

	2009	2010	2011	2012	2013	Итого
Въезд в РФ	2100601	2133869	2335977	2570469	2664782	11805698
Выезд из РФ	9542107	12605053	14495894	15332136	18291737	70266927

В табл. 1. представлены сведения о количестве человек прибывших в РФ и выехавших из РФ с целью туризма с 2009 по 2013 года. Так в 2013г. численность человек, въезжающих в РФ, составила 2664782 чел. На рис. 1. видно, что за последние 5 лет намечена тенденция роста по количеству человек въезжающих в РФ и выезжающих из РФ. Но количество человек выезжающих из РФ намного превышает количество человек въезжающих в РФ [10].

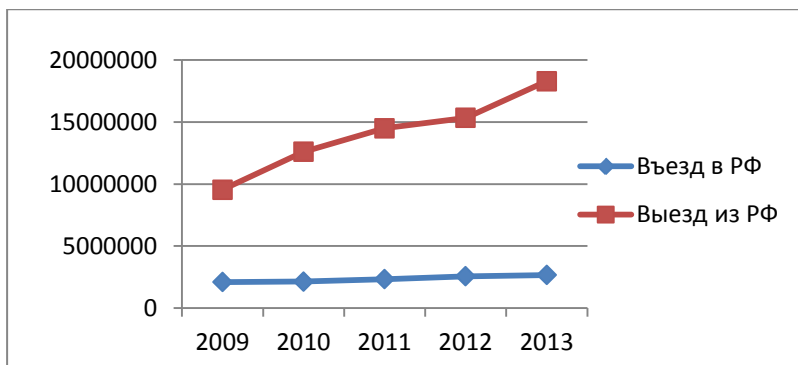


Рис. 1. Сведения о количестве прибывших иностранных граждан и лиц без гражданства в Российскую Федерацию за 2013 год

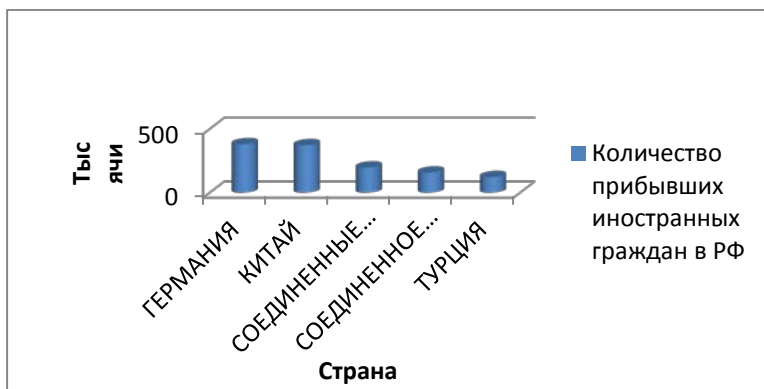


Рис. 2. Количество прибывших иностранных граждан в РФ

Как видно на рис. 2. основными странами, поставляющими туристов в Российскую Федерацию, не включая страны СНГ, являются: Германия, Китай, Австралия, Австрия, Великобритания, Израиль, Испания, Италия, Норвегия, США, Финляндия, Франция, Швеция и Япония, а также Польша и Турция и др.

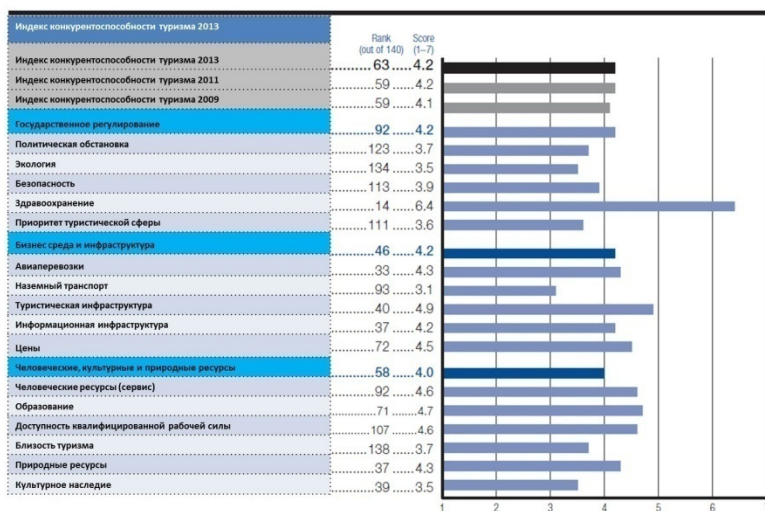


Рис. 3. Индекс конкурентоспособности туризма РФ 2013г.

На рис.3. представлен индекс конкурентоспособности туризма РФ и другие показатели, такие как, безопасность, экология, цены, доступность квалифицированной рабочей силы и другие. В основном по всем показателям Россия находится далее 50-го места. Такую динамику объяснить не сложно. Сложившееся негативное впечатление о России у иностранцев распространяется на все сферы в целом, не смотря на то, что реальное положение дел может быть более благоприятным. Россия, к сожалению, отстает практически по всем показателям, находясь по уровню туризма почти на одной отметке со многими африканскими странами. Причем в 2013 году наша страна опустилась с 59 места в общем рейтинге на 63. К сожалению, нерешенные проблемы в сфере внешней политики, образования, ЖКХ и т.д. отодвигают на второй план вопросы, связанные с туризмом. Хотя именно это направление приносит немалые доходы в бюджет.

Для обоснованной оценки развития явлений во времени необходимо рассчитать аналитические показатели: абсолютный прирост, темп роста, темп прироста.

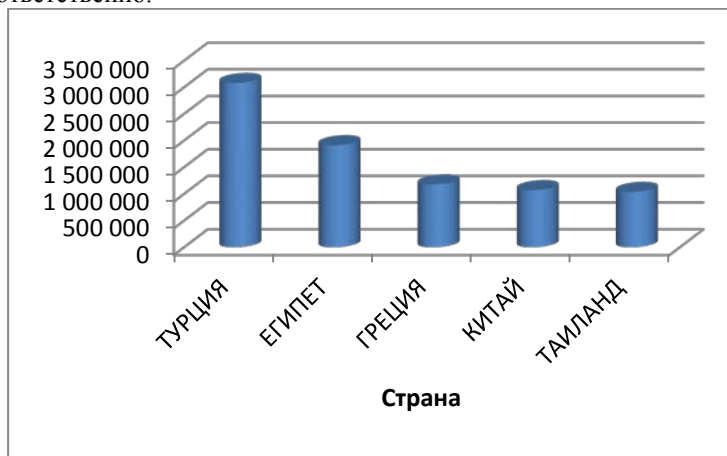
Таблица 2

Аналитические показатели туристической деятельности РФ

Года	Въезд (чел.)	Выезд (чел.)	Абсолютный прирост		Темп роста, %	
			цепной		цепной	
			Въезд (чел.)	Выезд (чел.)	въезд	выезд
2009	2100601	9542107				
2010	2133869	12605053	33268	3062946	102%	132%
2011	2335977	14495894	202108	1890841	109%	115%
2012	2570469	15332136	234492	836242	110%	106%
2013	2664782	18291737	94313	2959601	104%	119%

Показатели абсолютного прироста свидетельствуют о том, что, например, в 2013г. численность человек, въезжающих в РФ, увеличилось по сравнению с 2012 г. на 94313 человек, а выезжающих из РФ в 2013 году по сравнению с 2012г. увеличилась на 2959601 человек, как представлено в табл. 2.

Как видно из табл.2 темп роста в 2013 г. составил 119 % по численности человек, выезжающих за пределы РФ, по сравнению с 2012 г. а въезжающих – 104%, а темп прироста составил 19 % и 4% соответственно.

**Рис. 4. Наиболее посещаемые страны по выезду из РФ**

На рис. 4. представлено, что наиболее популярными странами, посещаемыми российскими гражданами являются Турция, Египет, Греция. По данным Росстата, в прошлом году россияне совершили за рубеж 54 млн. 069 тыс. поездок, это на 13% больше, чем в 2012. С целью

туризма наши сограждане съездили за границу 18 млн. 292 тыс. раз, рост по сравнению с 2012 годом на 19,3%. И этот показатель значительно выше среднего за 5 лет, который составляет 11%. В прошлом году рост выездного турпотока был сильно ниже среднего – 5,8%.

Список самых популярных направлений не меняется уже четыре года – с 2010-го, хотя внутри него происходят перестановки. По итогам 2013 года они особенно заметны.

Во-первых, впервые в истории российской туристической статистики сразу три страны в своих показателях «перешли» за миллион: Греция, Таиланд, Испания.

Во-вторых, опять же впервые, Греция вошла в тройку самых популярных направлений по итогам года. При этом в 2012 году она была лишь седьмой, то есть поднялась сразу на 4 позиции. Рост турпотока в эту страну из России составил 70%.

Но еще больше – 76,5% – прибавила Финляндия, став лидером по этому показателю. Правда, случилось это после ее таинственного падения на 44% в 2012 году.

Возглавляет рейтинг, по-прежнему, Турция: 3078,6 тыс. туристических прибытий из России. И это тоже рекорд: по данным Росстата страна впервые перешагнула показатель в 3 миллиона. Улучшилась и динамика турпотока, которая в последние годы вела себя плохо. В 2010 году рост выездного турпотока составил 20,4%, в 2011-м – 13,3%, а в 2012-м въезд в Турцию снизился на 6,2%. По итогам же 2013-го рост составил 22,4%. Видимо, проблемы в Египте во второй половине прошлого года удлинители турецкий сезон, что помогло улучшить показатели. Впрочем, по абсолютным цифрам к Турции никто приблизиться так и не может.

Египет по итогам 2013 года не упал, но резко снизил показатели роста российского турпотока. В 2012 году страна прибавила 31%, а в 2013 – всего 0,14%. Но осталась на традиционном втором месте.

Таиланд в 2013 году благополучно успел подрасти на 17%. Но, тем не менее, спустился с 4 места на 5 – под давлением Греции. Испания по той же причине перешла с 5 места на 6. Хотя выросла прилично, на 28%. Финляндия с 10 места поднялась на 7. Германия ушла с 6 на 8, хотя российский турпоток вырос на 16,5%, в 2012 году рост был всего 1,5%.

Италия прибавила хорошо – 27%, особенно если учесть, что в 2012 году у нее был символический минус 0,1%. ОАЭ стабильно растут все последние годы, и в 2013 тоже прибавили – 19%.

В первой десятке закончил прошлый год с минусом только Китай, снизив показатель въезда из России сразу на 20%. В 2012 году тоже было снижение, но меньше – на 11,5%. В числе причин такого падения туроператоры называют то, что Китай перестал быть дешевым и для

предпринимателей, и для туристов. Это касается и авиабилетов, и стоимости товаров и услуг внутри страны. Отели в Китае стоят сейчас в 1,5-2 раза дороже, чем два-три года назад. Для туристов эта страна становится дорогим удовольствием.

Интересно, что из 30 самых популярных у россиян направлений отдыха отрицательную динамику по итогам прошлого года показали лишь две страны: Китай и Хорватия, которая потеряла 24,5% российского турпотока из-за введения визового режима. Все остальные прибавили, причем большинство – значительно.

Лидеры роста это Финляндия (76,5%) и Греция (70%). Также вошли в топ-10 по росту турпотока из России 8 направлений: Гонконг (63%), Индия (58%), Кипр (43%), Вьетнам (42%), Тунис (36%), Черногория (29%), Болгария (28%), Испания (28%).

Туристские зоны федерального значения в России

Каждая страна обладает собственными, иногда уникальными туристскими ресурсами. По своей экономической сути они составляют основу туристской ренты, делая ту или иную страну более или менее привлекательной для туристов.

Туристская зона — это определенная территория, не имеющая четких границ, но обладающая общими специфическими туристскими ресурсами, способными вызвать устойчивый интерес со стороны категории туристов.

Россия обладает значительным количеством разнообразных природно-климатических, этнографических (традиции и обычаи народов) и антропогенных (культурно-историческое наследие) ресурсов, способных удовлетворить вкусы и интересы самых взыскательных туристов. В соответствии с методикой, принятой Госкомстатом РФ, в Российской Федерации насчитывается 13 туристских зон федерального значения.[11]

Основными туристскими зонами России, куда чаще всего приезжают иностранные туристы, являются: Центральная (45%), Северо-Западная (30%), Поволжская (5%), Алтайская (5%), Дальневосточная (4%), Западная (3%), Уральская (3%), Байкальская (2%), туристская зона «Российский Север» (2%) и Черноморская (1%) [12].

Самая популярная туристская зона — Центральная, в которой расположена Москва и города «Золотого кольца». Из общего числа туристов, посетивших этот регион в 2009 году, около 28% были иностранными гражданами. В Северо-Западной зоне, включающей Санкт-Петербург, доля иностранных туристов в том же 2009 году составила 36%. Визиты иностранцев в Поволжский регион, третий в рейтинге предпочтений, составили лишь 11% всех визитов. Уральский и Алтайский являются четвертым и пятым регионами по рейтингу предпочтений и принимают у себя в основном иностранцев, хотя и в меньшем количестве.

Поездки иностранных гостей в эти регионы составляют 69% и 67% от общего числа всех визитов соответственно. Москву и Санкт-Петербург посещают 80% иностранных туристов, иногда включая в программу Золотое Кольцо. Лишь некоторые иностранные гости едут в круиз по Волге, и только немногочисленные искатели настоящих приключений отправляются на Байкал – самое глубокое озеро в мире. Жители соседних с Россией стран посещают лишь приграничные зоны. Поляки и литовцы традиционно направляются в Калининград, а туристы из Китая и других стран Северо-Восточной Азии, как правило едут на российский Дальний Восток – в такие города как Владивосток и Хабаровск.

Рынок международного туризма: основные тенденции 2013 года

Рынок международного туризма является одним из ключевых для экономики различных стран. Туристические услуги также становятся все более и более востребованы. Сейчас это один из наиболее прибыльных и динамичных секторов мировой экономики. Во многом это обусловлено тем, что затраты на организацию туристического бизнеса сравнительно невысоки, а размер прибыли, который получают такие фирмы остается высоким. Сфера туризма, влияя на такие ключевые секторы хозяйства как транспорт и связь, торговлю, строительство и многое другое, является катализатором социально-экономического развития стран. Во многих странах туризм - главный источник поступлений в иностранной валюте.

Изначально, ещё в январе 2013 прогнозировался рост туристских прибытий (примерно +3%, +4%), и это не смотря на то, что темпы роста экономики уменьшились, уменьшились показатели экспорта и импорта многих стран.

Рынку международного туризма удалось сохранить относительную устойчивость за последний год, несмотря на слабый экономический рост, макроэкономическую напряженность и высокий уровень безработицы во многих странах. Туризм по-прежнему остался одной из важных отраслей, поддерживающих экономику и занятость во многих странах.

Как и в 2012 году, сфера туризма развивалась, наблюдался её рост в общем объеме мирового ВВП. Причем рост опережает отрасли производства, финансовые услуги и розничную торговлю. Более того, за счет туристической деятельности в мире в 2013 году было создано свыше 4 млн. новых рабочих мест.



Рис 5. Вклад туризма в мировой ВВП в течение последних 10 лет

Как видно на рис.5. вклад туризма в мировой ВВП имеет тенденцию к росту, которая объясняется, прежде всего, усилением экономик развивающихся стран, в которые, вместе с тем увеличился поток туристов. Помимо этого, на фоне снижения темпов развития экономики всего мира, а, особенно, Европы, сфера туризма не только не ослабла, но и, наоборот, усилилась.

К концу лета 2013 года Всемирная туристическая организация UNWTO опубликовала данные фактической динамики туристических поездок за 2013 год, но уже не в стоимостном объеме, а с точки зрения туристических прибытий [13].

Так, в первой половине 2013 года, число туристских прибытий увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим периодом. И этот показатель превысил прогнозные данные (ожидалось, что число туристских прибытий увеличится только на 3-4% за год), достигнув отметки почти в 500 млн., из них прирост составил 25 млн человек. При этом основной темп роста приходился на страны с развивающейся рыночной экономикой - (6%), а на страны с развитой - только 4%.

В условиях сохраняющейся неустойчивости мировой экономической конъюнктуры, все регионы и субрегионы достигли положительных результатов, хотя общая картина выглядит неоднозначно. Как представлено на рис.2.6. результаты Европы составили (+5%), которые превзошли ожидаемые, учитывая показатели Центральной и Восточной Европы (+10%), а также Южной и Средиземноморской Европы (+6%). Азиатско-Тихоокеанский регион (+6%), за счет успешной деятельности

Юго-Восточной Азии (+12%) и Южной Азии (+7%), также превзошел ожидаемые результаты. С другой стороны, хуже планировавшихся оказались результаты Американского региона (+2%) из-за отставания Южной Америки и стран Карибского бассейна[12].



Рис. 6. Динамика туристических поездок по регионам за 2013г.

Поскольку увеличилось число туристических прибытий, суммарно увеличились и затраты самих туристов на отдых. Так по росту суммы расходов туристов лидирует Китай (+31%), Россия (+22%). Расходы также увеличились в группе других стран: Канада + 3%, Франция +2%. В Японии, Австралии и Италии расходы туристов уменьшились.[12]

Не каждая страна одинаково любима туристами. Один из основных показателей, характеризующих страну с точки зрения международного туризма является Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма.

Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ) - предназначается для измерения факторов и тех политических действий, которые делают туризм привлекательным в определенной стране. Данный индекс разрабатывается мировым экономическим форумом. Индекс складывается из трех субиндексов: субиндекс регулирования экономики, субиндекс инфраструктуры и бизнес-среды, субиндекс человеческих и природных ресурсов.

Данные собираются на основе анкетирования крупнейших международных организаций.

В 2013 году Всемирная туристическая организация рассчитала индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма.

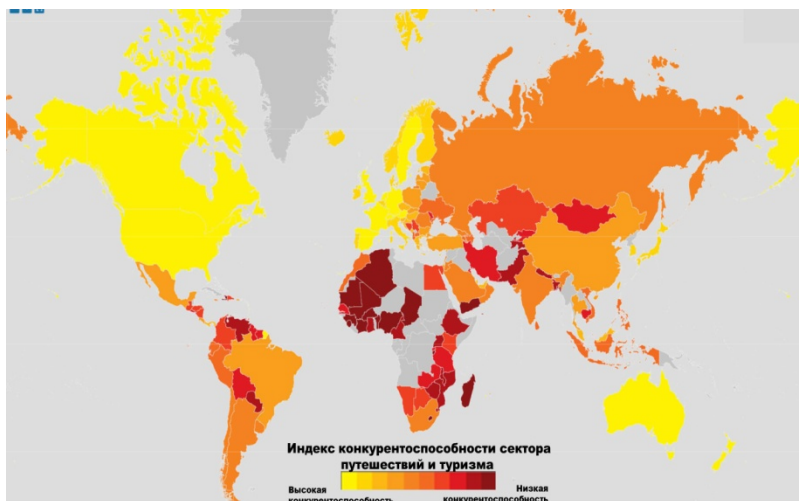


Рис.7. Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма

На рис.7. темным цветом отмечена низкая конкурентоспособность, например, это такие страны как Алжир, Мали, Мадагаскар и др., а желтым цветом обозначены страны с высокой конкурентоспособностью. Европа по-прежнему остается лидером по конкурентоспособности мирового туризма.

Как видно из табл.3. страной, уровень туризма которой расценивается как самый высокий, является Швейцария, и это не просто так: страна имеет одни из лучших отелей мира, квалифицированную рабочую силу. А также привлекает своих туристов красивыми пейзажами, экологией, уровнем безопасности. Помимо этого в стране постоянно проходят всевозможные ярмарки и выставки, поэтому именно в эту страну часто планируются деловые поездки.

На втором месте по Европе после Швейцарии находится Германия. Она занимает 6 место по уровню развития туристической инфраструктуры, 5-ое место по объектам культурного наследия и 2-е место по объему и характеру проведения международных ярмарок и выставок.

Высокие оценки получили Австрия и Италия (по уровню развития инфраструктуры они делят первое место), кроме того, страна занимает 7-е место по уровню безопасности туристов и 3-е место по экологии.

В топ-10 лучших стран по международному туризму вошла и Испания. (именно она держала пальму первенства много лет). Она находится на 1-

ом месте по объектам культурного наследия и 3-е по ярмаркам и выставкам. Помимо этого, Испания считается в 2013 году одной из стран с довольно спокойной политической обстановкой, что вывело её по этому показателю на 8-е место[12].

Таблица 3

Рейтинг стран по индексу конкурентоспособности 2013г.

Страна	Рейтинг	Индекс 2013	Динамика 2011
Швейцария	1	5,66	0
Германия	2	5,39	0
Австрия	3	5,39	1
Испания	4	5,38	4
Соединенное Королевств	5	5,38	2
США	6	5,32	0
Франция	7	5,31	-4
Канада	8	5,28	1
Швеция	9	5,24	-4
Сингапур	10	5,23	0
Австралия	11	5,17	2
Новая Зеландия	12	5,17	7
Нидерланды	13	5,14	1
Китай	14	5,13	8
Гонконг	15	5,11	-3
Исландия	16	5,10	-5
Финляндия	17	5,10	0
Бельгия	18	5,04	5
Ирландия	19	5,01	2
Португалия	20	5,01	-2
Дания	21	4,98	-5
Норвегия	22	4,95	-2
Люксембург	23	4,93	-8
Мальта	24	4,92	2
Южная Корея	25	4,91	7
Италия	26	4,90	1
Барбадос	27	4,88	1
ОАЭ	28	4,86	2
***	***	***	***
Российская Федерация	63	4,16	-4
Южная Африка	64	4,13	2
Индия	65	4,11	3
Грузия	66	4,10	7

Россия по величине этого индекса лишь на 63 месте из 140, находясь на уровне Южно-Африканской республики, Индии. В соответствии с рейтингом, потеряли свои позиции некоторые страны Северной Европы, а поднялись на отметку выше многие развивающиеся Азиатские страны. В то же время, Гонконг набрал достаточно много положительных отзывов с точки зрения туристического бизнеса: туристы оценили политическую обстановку, уровень безопасности, уровень развития наземного

транспорта и информационной инфраструктуры, в частности интернета, а также доступность и близость туристической инфраструктуры. Однако по показателю экология Гонконг занимает 118 место.

Высоко туристы оценили и Швейцарию. Среди лидирующих показателей уровень безопасности, экология, качество наземного транспорта, а также «человеческие ресурсы», т.е. уровень сервиса. Однако туристы считают, что цены в данной стране слишком высокие, и отнесли данную страну на 139 место по этому показателю.

Пути решения проблем развития туризма в РФ

Для проблем развития туристической отрасли в РФ предпринимались и предпринимаются различные меры как на местном, так и на федеральном уровнях. Все же самой действенной, по оценкам специалистов, является принятие федеральной программы развития туризма в российских регионах. По своим масштабам и необходимости она сравнима со многими социальными федеральными программами, принятыми в Российской Федерации, так как туризм является очень перспективной отраслью для России.

Несмотря на то, что индустрии туризма уделяется все большее внимание как со стороны правительства на федеральном и региональном уровнях, так и со стороны бизнеса, потенциальных инвесторов и все большего количества россиян, показатели внутреннего туризма России относительно низкие.

Причиной тому служат существующие проблемы в данной отрасли в отношении средств размещения, транспортной сфере, кадров и маркетинговой составляющей, а также государственного регулирования. Обозначим основные проблемы развития внутреннего туризма Российской Федерации, отметив существующие тенденции и пути их решения.

Далее рассмотрим возможные пути решения следующей проблемы - слаборазвитой туристской инфраструктуры. Первый её недостаток - нехватка отелей и гостиниц качественного уровня. Необходимо построить новые гостиницы, отели, которые бы соответствовали международным стандартам, отремонтировать уже имеющиеся на данный момент аналогичные средства размещения. Для осуществления предложенных мер необходимы денежные средства, которые могли бы выделяться из государственного бюджета.

Также в данной сфере могут применяться различные налоговые льготы, кредиты и т.д., предоставляемые государством в качестве стимулирования предприятий гостиничного сектора.

Со стороны отечественных и иностранных инвесторов могут выделяться денежные средства на строительство бюджетных гостиниц достойного уровня (таких в России не хватает больше всего).

Бизнесмены и менеджеры, сфера деятельности которых связана с размещением и обслуживанием туристов должны оптимизировать затраты своих компаний, чтобы уменьшить себестоимость предоставляемых услуг.

Ещё необходимо заняться улучшением уровня сервиса, для этого нужны инвестиции в обучение управленцев (менеджеров) и специалистов в сфере туризма, развитие международных культурных центров и языковых школ, ВУЗов.

Также проблему размещения туристов можно решить следующим образом - ввести единую систему бронирования гостиниц (это становится возможным благодаря использованию сети интернет). В настоящее время в России подобная система существует частично, в основном она используется в больших городах, где представлены самые популярные туристские маршруты. Что же касается небольших нетуристических городов, то подобная система бронирования в них отсутствует.

2. Низкое качество дорог. Данную проблему можно считать вечной для России. Государство должно выделять больше денежных средств на строительство и ремонт дорог. Для осуществления данных мер могут привлекаться инвестиции, которые также могут вкладываться и в специализированную современную технику. Помимо этого для улучшения качества дорог можно привлечь иностранные компании, которые будут заниматься строительством. К примеру, это могут быть европейские компании, известные во всём мире своим качеством дорог и длительным сроком их службы. Чтобы такое сотрудничество приносило пользу для двух сторон, российское государство может предоставлять специальные льготы и гарантии иностранным компаниям. Таким образом, для России строительство новых качественных дорог станет приоритетным, а ремонт отойдёт на второй план.

3. Слаборазвитая индустрия развлечений и отдыха. В настоящее время в нашей стране существует большая масса всевозможных объектов данного сектора, однако по - настоящему интересных и привлекательных для туристов очень мало. Чтобы исправить сложившуюся ситуацию можно предложить сотрудничество иностранным компаниям. Такими могут являться европейские и американские корпорации, имеющие успешный опыт в этой области.

Следующий путь решения - создание развлекательных ресурсов, отражающих уникальные особенности, исторические события каждого города России.

Естественно для осуществления предложенных мер необходимы денежные средства со стороны иностранных партнёров - инвестиции. Что же касается государства, то с его стороны должна оказываться поддержка - дополнительное выделение денежных средств из бюджета.

Недостаток новых туристских маршрутов тоже является проблемой. Иностранные туристы, приезжая в нашу страну в основном посещают Москву и Санкт - Петербург, а также города «Золотого кольца». Лишь некоторые иностранные гости отправляются в путешествие на озеро Байкал и едут в круиз по Волге. Необходимо отметить, что большая территория России позволяет посетить и другие не менее интересные места.

Например, можно создать туристские маршруты по территориям, обладающим значительным потенциалом для перспективного развития. Это могут быть: Дальневосточный регион (Командорские острова, Курилы, Хабаровский край, Чукотка и др.), Западная Сибирь (Красноярский край, Алтай и др.), прибрежные территории Азовского и Каспийского морей, районы крайнего севера (Земля Франца-Иосифа), Урал, а также республики Бурятия и Тыва.

Но для того, чтобы вышеперечисленные территории превратились в полноценные туристские маршруты нужно создать федеральную целевую программу, которая была бы ориентирована на их развитие. Ну и, конечно же, без материальной поддержки государства здесь не обойтись.

Что же касается рекламы России как туристского центра за границей, то её явно недостаточно. На данный момент принимаются различные меры для продвижения нашей страны в европейских городах и скандинавских странах. К примеру реклама Санкт - Петербурга как туристского центра размещена в аэропортах и на центральных улицах Копенгагена Берлина, Парижа, Праги, Токио, Стокгольма, Хельсинки и т.д. Но также необходимо рекламировать и другие туристские зоны для увеличения объёмов въездного туризма. Помимо этого нужно заниматься расширением рекламы. Например, создать официальный сайт о России как туристском центре для иностранных гостей. В структуру этого сайта можно включить фоторепортажи о туристских зонах, видеоролики, перечень предоставляемых услуг и цены на них, интересные факты из истории и т.д.

Также можно разместить рекламу в других странах, таких как США, Китай, Япония. В гипермаркетах, супермаркетах и других массовых магазинах можно показывать официальный ролик о России как туристском центре.

Для реализации предложенных мер нужно серьёзное финансирование со стороны государства и инвестирование в данный сектор.

Кроме того, помимо основных проблем развития внутреннего туризма можно выделить ряд внешних факторов, также оказывающих существенное влияние на данный вид туризма. К ним относятся: — экономическая обстановка и политическая стабильность (народные волнения, забастовки и т.д.);

— природные явления (оползни, сели, наводнения, цунами и т.д.) и техногенные катастрофы;

— уровень распространения инфекционных болезней (сибирская язва,

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

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

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

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

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

Подводя итоги, можно сделать вывод, что внутренний туризм — сложное многогранное явление, развитие которого зависит от совокупности множества факторов, начиная от стабильности в мире и заканчивая самосознанием отдельного гражданина России.

Современное состояние туризма в России отличается динамичностью и стабильностью развития. Отмечается увеличение потока туристов не только выездного туризма, ну и внутреннего, улучшается качество обслуживания, разрабатываются новые маршруты туров. Однако наряду с положительными аспектами развития туризма, существует и обратная сторона: недостаточная развитая туристская инфраструктура, повышение цен на гостиницы, малое количество средств размещения туристов, частое несоответствие цены качеству. Эти и другие причины могут привести к снижению темпов развития туризма в нашей стране, оттоку молодых кадров, и соответственно, к снижению поступлений в бюджет государства от туризма.

Туризм - это не только перемещения людей, но и целая индустрия, которая играет важную роль в мировом хозяйстве. На развитие туризма

оказывают влияние многочисленные факторы. Среди них выделяют экономические, политические, социальные, технологические, правовые и факторы окружающей среды. В РФ имеются различные сдерживающие факторы, мешающие продвижению туристической отрасли. Однако имеются и перспективные направления, которые при грамотном развитии могут способствовать повышению конкурентоспособности России на рынке въездного туризма.

Таким образом, несмотря на положительные тенденции развития туризма в России, огромный туристский потенциал нашей страны пока еще не востребован, так как в российском туризме остается немало проблем. В современном мире сфера услуг играет все возрастающую роль, поэтому туризм заслуживает отдельного внимания как одна из лидирующих ее отраслей. Развитие туристического сектора может значительно повысить международный престиж страны, а также принести ей значительные доходы. Следовательно, при выработке правильной стратегии туризм служит экономическому развитию в целом.

Список литературы

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федер. Закон: принят Гос. Думой 05.02.2007 г.
2. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы): федер.целев. программа: Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644
3. Развитие индустрии отдыха и туризма на 2012-2016 годы: госуд. Программа: ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 7 октября 2011 года N 476-ПП: с изменениями на 26 ноября 2013 года
4. *Анфилатов В.С.* и др. Системный анализ в управлении: Учеб. пособие. - М. : Финансы и статистика, 2003.
5. *Дурович, А. П.* Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 383 с.
6. *Здоров А.Б.* Экономика туризма: учебник по специальности "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 266 с.
7. *Игнатьева А.В., Максимцов М.М.* Исследование систем управления: Учеб. пособ. для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
8. *Квартальнов В.А.* Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2007.
9. *Сурмин Ю.П.* Теория систем и системный анализ: Учебное пособие. – К. : МАУП, 2003.
10. *Ушаков, Д. С.* Экономика туристской отрасли: учебное пособие / Д. С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. – 446 с.

11. Беднова М.А., Ратникова Т.А. Эконометрический анализ спроса на въездной туризм в России /Прикладная эконометрика. – 2011. - № 1 (21). – С.97-103.

11. <http://www.interfax.ru/>

12. <http://www.gks.ru/>

13. <http://www.tio.by/>

14. <http://tourest.ru/dir/120/worldturismorg/unwto>