



СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ И ЮЛИЯ МОХОВА

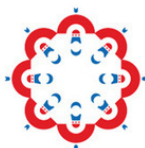
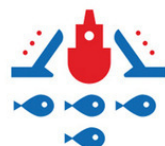


ТУРИЗМ

ПЕРЕЗАГРУЗКА



Как привлекать иностранных
туристов в Россию



стратегия — инструменты — практика

УСПЕШНЫЙ РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Юлия Мохова

**Туризм: перезагрузка. Как
привлекать иностранных
туристов в Россию**

«Питер»

2021

УДК 338.48
ББК 75.81

Мохова Ю. А.

Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в Россию / Ю. А. Мохова — «Питер», 2021

ISBN 978-5-4461-1727-7

В ближайшем будущем российскую туристическую отрасль ждут вызовы и новые возможности для развития. Текущая ситуация может стать уникальным шансом для туризма, а сам туризм – локомотивом выхода из мирового кризиса, связанного с распространением нового коронавируса. Основное назначение этой книги – поделиться знаниями о том, как привлекать иностранных туристов в Россию. В издании представлены международный и российский опыт продвижения туристических направлений; государственные и частные проекты развития туризма; инструменты для продвижения турпродукта за рубежом; опыт пилотных национальных туристических офисов Visit Russia за рубежом; более 30 интервью с российскими и иностранными экспертами; практические примеры, полезные заметки, отраслевая статистика. Книга будет интересна всем, кто вовлечен в сферу туризма и индустрию гостеприимства, а также широкому кругу читателей. В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

УДК 338.48
ББК 75.81

ISBN 978-5-4461-1727-7

© Мохова Ю. А., 2021
© Питер, 2021

Содержание

Предисловие	6
Авторы	8
Эксперты-консультанты	9
От авторов	11
Как читать книгу	12
Глава I	13
От редактора главы «Стратегия»	13
Вступление. Туризм – важный сектор экономики	14
Стратегические меры развития туризма в России	15
Комплекс стратегических мер с целью развития туристической отрасли России	15
Программы развития туризма	21
Программа продвижения въездного туризма Visit Russia	22
Программы развития туристской информации	23
Туристско-информационные центры	23
Национальный каталог средств размещения	23
Система обмена туристской информацией	24
Туристский паспорт региона	24
Программа развития брендовых маршрутов	26
Экспертное мнение	26
Конец ознакомительного фрагмента.	28

Сергей Корнеев, Юлия Мохова
Туризм: перезагрузка. Как привлекать
иностранных туристов в Россию

Познание планеты через путешествия делает наш мир лучше

© ООО Издательство «Питер», 2021

© Сергей Корнеев, Юлия Мохова, 2020

Предисловие



Уважаемые коллеги!

Сейчас мир переживает период быстрых глобальных перемен. Сектор путешествий и туризма в результате мирового кризиса, связанного с распространением коронавируса и принятых беспрецедентных мер по его сдерживанию, ждет вынужденная перезагрузка и обновление.

Всем нам предстоит большая работа по восстановлению индустрии туризма в стране. Поэтому сегодня важно объединиться и действовать сообща, привлекать государственную поддержку, находить новые решения, использовать успешный российский и международный опыт.

Российский союз туриндустрии, выступая на передовой по защите интересов всех субъектов сферы туризма, перевел свою деятельность в проактивный режим: привлекает к работе лучших экспертов, аналитиков, новых сотрудников, использует дополнительные коммуникационные каналы для взаимодействия с регионами и всеми, кому небезразлична судьба индустрии туризма и гостеприимства.

Перемены, произошедшие в нашей отрасли, требуют масштабного переосмысления программ развития в сфере туризма. Как только меняется макроэкономическая среда, меняется и поведение потребителей, что, в свою очередь, приводит к изменению маркетинга. Внутренний и въездной туризм – первоочередные направления, где необходимы быстрые, эффективные меры, которые позволят восстановить деловую среду и потребительскую активность.

Я рад, что авторы, известные отраслевые эксперты с большим и уникальным опытом, решили им поделиться, посвятили свои силы, время и энергию написанию этой книги. Уверен,

она никого не оставит равнодушным, и каждый читатель – работник туристической отрасли, надеюсь, постарается внести посильный вклад в развитие туризма в России.

АНДРЕЙ ИГНАТЬЕВ

президент Российского союза туриндустрии

Авторы

СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ – *председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга. Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму в 2014–2020 гг. Руководитель Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры Российской Федерации в 2012–2013 гг., заместитель генерального директора АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр» в 2013–2014 гг. Советник президента Союза музеев России. Награжден нагрудным знаком Минкультуры России № 2 «За вклад в развитие туризма в Российской Федерации».*

ЮЛИЯ МОХОВА – *руководитель отдела туризма Департамента культуры, спорта, туризма и национальной политики Правительства Российской Федерации. Руководитель ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму Visit Russia» в 2014–2017 гг. Управляющий директор юридического агентства «Персона Грата» в 2008–2014 гг. Обладатель премии World Travel Market London за вклад в развитие туризма и индустрии гостеприимства.*

Эксперты-консультанты

АНДРЕЙ ИГНАТЬЕВ – президент Российского союза туриндустрии, основатель международного волонтерского движения *Dadobro.com*, доктор экономических наук.

АЛЕКСАНДР ГОРОХОВ – руководитель Союза национальных и международных туристских информационных организаций, кандидат экономических наук.

АЛЕКСЕЙ ЧЕРЕПАНОВ – генеральный менеджер *Russian National Tourist Office Ltd.*, представитель Российского союза туриндустрии в Великобритании. Заместитель руководителя пилотного Национального туристического офиса *Visit Russia* в Великобритании в 2016–2019 гг.

АЛЕКСАНДР НИКОНОВ – директор по авиационной коммерции компании «Базел Аэро», начальник службы по работе с иностранными авиакомпаниями АО «Международный аэропорт Шереметьево» в 2015–2020 гг.

АЛЕКСАНДР ФОЛЬКО – представитель НП ОМИТ «Мир без границ» и Российского союза туриндустрии в Китае. Руководитель пилотного Национального туристического офиса *Visit Russia* в Китае 2014–2017 гг.

АЛЕКСЕЙ ВЕНГИН – генеральный директор компании *Profi Travel*.

ВЕРОНИКА НАЗАРЕНКО – заместитель руководителя Информационно-делового центра Санкт-Петербурга в Италии. Куратор пилотного Национального туристического офиса *Visit Russia* в Милане в 2016–2017 гг.

ГЕОРГИЙ МОХОВ – председатель правовой комиссии Российского союза туриндустрии, основатель юридического агентства «Персона Грата», общественный уполномоченный по защите прав предпринимателей в городе Москве в сфере туризма.

ГЕННАДИЙ ШАТАЛОВ – председатель Правления ФРОС Region PR, основатель Национальной премии *Russian Event Awards*, Всероссийской туристской премии «Маршрут года» и конкурса «Туристический сувенир».

ДАРЬЯ ШАМРАЙ – руководитель проекта по поддержке экспорта туристических услуг АО «Российский экспортный центр».

ДЕНИС ЗАВАЗАЛЬСКИЙ – эксперт по развитию отелей в сегменте люкс, сооснователь туристической компании *Lifestyle Travel*.

ЕКАТЕРИНА КОЛЬХАУЗЕР (EKATERINA KOHLHAUSER) – генеральный директор компании *EUROEXPO Exhibitions and Congress Development GmbH*. Руководитель пилотного Национального туристического офиса *Visit Russia* в Австрии в 2016–2019 гг.

ИЕРОМОНАХ АНАТОЛИЙ – руководитель Паломнического центра Свято-Троицкой Сергиевой лавры.

ИЛОНА КОЛТЫНЮК – руководитель Студии брендинга *DEZA*.

ИННА ПЕХОВА – руководитель *Venedi hotel group*, вице-президент Национального туристического союза, сопредседатель отраслевой комиссии по гостиничному бизнесу и туризму Ассоциации менеджеров России.

КОНСТАНТИН АНИСИМОВ – заместитель руководителя Федерального агентства морского и речного транспорта, вице-президент Российской палаты судоходства, проректор Российского университета транспорта.

МАЙЯ ЛОМИДЗЕ – исполнительный директор Ассоциации туроператоров России, руководитель Комитета по импортозамещению, сопредседатель Экспертного совета по внутреннему и въездному туризму.

МАКСИМ САТАРОВ – руководитель направления Ближний Восток компании *Svoy TS*.

МАРЛЕН РОДРИГЕС (MARLENE RODRIGUEZ) – директор компании *IBERRUSIA Travel*, руководитель *Most Consulting Estrategia y Gestión*, представитель Российского союза

туриндустрии в Испании. Руководитель пилотного Национального туристического офиса Visit Russia в Испании в 2016–2019 гг.

МАРИНА МОРОЗОВА – член Общественного совета по образованию в туризме при Ростуризме, представитель Российского союза туриндустрии в ОАЭ. Руководитель пилотного Национального туристического офиса Visit Russia на Ближнем Востоке в 2015–2019 гг.

МИХАИЛ БЕРЛИН – руководитель компании Berliner Reisen GmbH.

НАТАЛИЯ БЕЛЯКОВА – директор по маркетингу Domina Russia, партнер Luxury Travel Russia, эксперт Российского экспортного центра, директор по маркетингу Информационно-делового центра Санкт-Петербурга в Италии, доцент НИУ «Высшая школа экономики».

ОЛЬГА ФИЛИПЕНКОВА – директор по стратегическому развитию курорта «Красная Поляна».

ПАВЕЛ СТЕПАНОВ – директор Департамента сопровождения законопроектной деятельности Правительства Российской Федерации, заместитель министра культуры Российской Федерации в 2018–2020 гг.

ПАУЛЬ БРУК (PAUL BRUCK) – руководитель компании Bruck Consult, советник Палаты Экономики Австрии по вопросам экспорта, руководитель проекта Red Bull Trans-Siberian Extreme.

ПОЛИНА КУЗЬМЕНКО – руководитель департамента международных продаж круизной компании MOBY SPL. Куратор Национального туристического офиса Visit Russia в Финляндии в 2015–2017 гг.

РЕЗА МАЛЕКИ (REZA MALEKI) – руководитель компании E-tours & Travel.

СЕРГЕЙ СПИЦЫН – президент Федерации гольфа Санкт-Петербурга.

СЕРГЕЙ ВОЙТОВИЧ – учредитель компании Svooy TS, руководитель комиссии по визовым вопросам Российского союза туриндустрии.

ТА ТХИ БИЧ ХА (TA THI BICH HA) – руководитель International Marketing & Consulting Agency, исполнительный директор пилотного Национального туристического офиса Visit Russia Asia в 2016–2019 гг.

ХАРМИК СИНГХ (HARMEEK SINGH) – генеральный директор группы компаний Plan B, руководитель международного туристического офиса Visit St. Petersburg в Дубае.

ЮЛИЯ КУЗЕНСКАЯ – заместитель председателя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга.

От авторов

Уважаемые читатели, коллеги, друзья!

Вы держите в руках бизнес-книгу о развитии въездного туризма в России. В этом издании нам удалось обобщить стратегические идеи и проекты, описать практику, собрать статистические данные, привести мнения отраслевых экспертов и представить инструменты продвижения.

Основное назначение этой книги – поделиться с вами знаниями о том, как привлекать иностранных туристов, увеличивать качественный туристский поток, улучшать инфраструктуру, внедрять новые технологии, а также представить уникальный российский и международный опыт продвижения туристического потенциала страны.

Мы уверены, Россия обладает всеми необходимыми ресурсами, чтобы занять лидирующую позицию на мировой туристической карте. Основным стимулом должно стать объединение государственных и частных ресурсов, основанное на взаимовыгодных условиях сотрудничества. Как показывает практика, государственно-частное партнерство способно дать мгновенные результаты для развития внутреннего и въездного туризма. На страницах этой книги вы найдете множество таких примеров.

Наш личный многолетний опыт продвижения туристического потенциала России, в том числе запуск пилотных Национальных туристических офисов VisitRussia за рубежом, дает возможность рассказать о том, как сделать Россию одним из самых узнаваемых и привлекательных туристических направлений в мире.

СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ, ЮЛИЯ МОХОВА

Как читать книгу

Книга состоит из трех глав, каждая из которых, раскрывая разные аспекты основной темы, является самостоятельной. В зависимости от степени вовлеченности и объема собственного опыта в сфере въездного туризма, читатель может определить для себя подход к работе с книгой.

Глава I «Стратегия» представляет отраслевые и авторские идеи, лучшие проекты и программы по развитию въездного туризма в Россию.

Глава II «Инструменты» предлагает и подробно анализирует инструменты, которые помогут компаниям выйти на международный рынок туризма, продвигать услуги и товары, привлекать туристов в Россию.

Глава III «Практика» посвящена опыту работы в тринадцати городах мира, где были открыты пилотные Национальные туристические офисы Visit Russia. Глава содержит экспертные мнения, практику международных проектов, оказывающих влияние на развитие въездного туризма в Россию, статистику, профессиональную информацию и полезные в работе контакты.

Раздел «Аббревиатуры, термины» завершает книгу. В нем содержится информация о правильном употреблении терминов, а также приводится расшифровка аббревиатур, встречающихся в тексте.

Границы актуальных тем, представленных в книге, значительно расширены благодаря комментариям и мнениям более тридцати отраслевых экспертов. Интерес также представляют прикладные рубрики – «Статистика», «На заметку», «Практика».

Мы уверены, что каждый читатель найдет в этой книге новые и интересные сведения, сможет использовать рекомендации в работе и мобилизовать свои усилия, направленные на развитие туризма в России.

Если у вас возникнут вопросы по содержанию книги, предложения и проекты по развитию внутреннего и въездного туризма, пишите на адрес timetovisitrussia@yandex.ru. Мы ответим на все ваши письма!

Глава I

Стратегия развитие въездного и внутреннего туризма в России

От редактора главы «Стратегия»

Туризм является многоэлементной отраслью экономики, неразрывно связанной с другими отраслями.

Помимо социально-экономического эффекта, туризм несет в себе и мощный гуманитарный заряд, стирая границы и барьеры между народами, людьми, культурами.

Туризм вместе с тем является высококонкурентной отраслью с постоянной борьбой за потребителя и новые рынки.

Стратегический подход в сложившихся условиях важен как никогда. Нам нужно иметь ясные, прозрачные горизонты, видеть общее направление движения, поскольку, занимаясь развитием своего бизнеса в туризме или развитием целой отрасли в регионе, городе, муниципальном образовании, очень просто скатиться в детализацию, не видя за сиюминутными проблемами глобального значения нашего Дела.

Мы создаем впечатления. Продаем эмоции. Дарим людям радость. Приумножаем любовь к нашей стране. И на самом деле стираем границы и барьеры, знакомим и обучаем.

Люди больше путешествуют. Дестинации становятся более доступны. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), за десять лет, с 2008 по 2018 год, необходимость в получении виз для населения Земли упала с 77 до 53 %.

Нам, России, необходимо не просто быть в тренде, но чрезвычайно важно стать лидером в глобальном развитии туризма.

Мы – 1/7 планеты Земля, интерес к нам огромен!

Нужно научиться только правильно его использовать и конвертировать в прогресс.

Отрасль въездного туризма неимоверно пострадала от распространения коронавируса и первой приняла на себя удар после закрытия границ. Мы буквально оказались на руинах старых отраслевых взаимосвязей. Время выстраивать новые, ведь тягу человека к перемене мест, к путешествиям и познанию нового в современном мире отменить невозможно!

АЛЕКСАНДР ГОРОХОВ

кандидат экономических наук, руководитель Союза национальных и международных туристских информационных организаций

Вступление. Туризм – важный сектор экономики

В ближайшем будущем российскую туристическую отрасль ждут вызовы и новые возможности для развития. Текущая ситуация может стать уникальным шансом для туризма, а сам туризм – локомотивом выхода из мирового кризиса, связанного с распространением нового коронавируса.

За последние шесть лет государством и бизнес-сообществом проделана колоссальная работа, благодаря которой рынок внутреннего и въездного туризма в России обновляется и меняется. Сегодня крайне важно привести существующие стратегии в соответствие с мировыми тенденциями и приступить к их ускоренной реализации.

Почему туризм – стратегически важный сектор экономики?

Во-первых, туризм – мощнейшая экспортная отрасль, генерирующая наибольшее число рабочих мест для средних и малых предприятий, которая является чистым несырьевым экспортом, приносящим «быстрые деньги» в страну.

Во-вторых, туризм имеет неисчерпаемый потенциал для развития, поскольку туристические ресурсы, в отличие от природных, не истощаются. Яркое тому подтверждение – успешно проведенный чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России и тот взрывной pr-эффект, который это событие дало для развития туристической отрасли¹.

В-третьих, туризм является идеальным инструментом «мягкой силы» и «народной дипломатии», позволяющим эффективно выстраивать международные отношения в условиях глобализации. Туризм вне политики!

Все эти факторы обеспечивают необходимую синергию для успешного развития и продвижения туристического потенциала страны на внутреннем и внешнем рынке.

Чтобы помочь читателю понять динамику развития туристической отрасли и план необходимых действий для достижения устойчивого развития туризма в России, в главе I книги представлены практические отраслевые меры, способные формировать общую маркетинговую политику и влиять впоследствии на ее эффективность, а также программы и проекты по развитию внутреннего и въездного туризма.

НА ЗАМЕТКУ

В России: согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, 3,8 % ВВП страны формирует туризм, влияя на 53 смежные отрасли.

В мире: в 2019 году, по данным Всемирной туристской организации (UNWTO), во всем мире было зафиксировано 1,5 миллиарда туристических прибытий. Прирост составил 4 % по сравнению с предыдущим годом.

На планете: 2020 год войдет в историю развития туризма как беспрецедентный по снижению отраслевых показателей из-за масштабного распространения коронавируса и принятых мер по его сдерживанию, которые остановили индустрию туризма в мировом масштабе.

¹ Более половины жителей планеты, 3 миллиарда 572 миллиона зрителей, следили за главным футбольным соревнованием в мире, что превысило все предыдущие рекорды по аудитории и вниманию к стране-организатору.

Стратегические меры развития туризма в России

Для придания нового импульса развитию туристической отрасли России в целом и въездного туризма в частности требуются креативные идеи и решительные управленческие шаги. Опираясь на международный опыт и учитывая российскую специфику, мы постарались обозначить ключевые вопросы и необходимые действия, которые могут дать качественный результат в короткие сроки.

Структура мер, представленная в виде кратких тезисов, позволяет обозначить вектор дальнейшего развития индустрии туризма в России.

Комплекс стратегических мер с целью развития туристической отрасли России

- ↑ Новые технологии
- ↑ Информационно-маркетинговая политика
- ↑ Визовая доступность
- ↑ Конкурентоспособность и привлекательность турпродукта
- ↑ Новые стандарты качества туристических услуг
- ↑ Опора на партнерство с бизнесом
- ↑ Комплексная работа с инвесторами
- ↑ Развитие комфортной среды для туристов
- ↑ Развитие доступной среды для туристов с ограниченными возможностями
- ↑ Реализация программы «безопасный туризм»
- ↑ Подготовка кадров
- ↑ Повышение качества государственного управления туризмом и совершенствование нормативно-правовой базы

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Стратегия

Внедрение IT-технологий во все сегменты туристической отрасли, которые этого требуют.

Меры

- Цифровизация операционной деятельности туристической отрасли в соответствии с последними трендами развития IT-сферы.
- Создание глобального национального маркетплейса – единой открытой системы бронирования туристических услуг.
- Развитие ресурсов для планирования путешествий и переход к системам онлайн-оплаты.
- Перевод в унифицированный электронный документооборот всех элементов туристических услуг.
- Активизация внедрения электронных билетов и считывателей для посещения музеев, выставок и других объектов туристского показа.
- Дальнейшее развитие и продвижение электронного национального календаря событий и связанных информационных сервисов.

- Создание мультязычного 24/7 виртуального туристско-информационного центра в интернете.
- Совершенствование системы аналитики статистических данных в сфере туризма.

ИНФОРМАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА

Стратегия

Информация – драйвер развития туристического потенциала страны. Маркетинговая тактика и выбранные инструменты должны действовать быстро и результативно.

Меры

- Формирование информационно-маркетинговой политики в сфере туризма.
- Синхронизация информационных ресурсов и маркетинговых действий на уровне глобального сотрудничества, среди всех его участников: центр, регионы, бизнес, государственные корпорации, транспортные организации, средства массовой информации.
- Усиление информационной поддержки российских туристических направлений и турпродуктов на национальном и международном уровне.
- Создание сети национальных туристических офисов России за рубежом на перспективных рынках, в том числе в цифровом формате.
- Формирование института «послов гостеприимства России», тревел-амбассадоров.
- Организация и проведение в России ежегодного туристического делового форума hosted buyers; международной выставки по въездному туризму Visit Russia.
- Организация ознакомительных поездок для представителей стран – лидеров мирового туризма по регионам, с максимальным освещением в российской и зарубежной прессе.
- Создание единой службы заказчика по международным выставкам.
- Открытие в России постоянных представительств международных туристических организаций (WTO, ASTA, PATA и др.).

ВИЗОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ

Стратегия

Точечное облегчение визового режима и переход на электронные визы с целью значительного увеличения потока иностранных туристов.

Меры

- Пошаговое планирование точечной либерализации въезда в Россию с определением сроков, порядка и стран, которых коснется эта программа.
- Внедрение электронных виз. Расширение списка стран, граждане которых могут въезжать в Россию по электронным визам. Предоставление возможности многократного въезда по электронной визе и ее оформление за 120 дней до даты поездки.
- Обеспечение конкурентоспособности по отношению к другим визовым режимам, включая шенгенский.
- Внедрение безвизового пребывания для отдельных категорий туристов: транзитных авиапассажиров; пассажиров морских и речных круизных судов, следующих в составе организованных туристских групп; участников крупных международных культурных, спортивных и деловых мероприятий.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТУРПРОДУКТА

Стратегия

Создание программ развития туризма с участием представителей бизнеса и экспертного сообщества.

Меры

- Развитие имиджа России как гостеприимной страны на всех коммуникационных уровнях.
- Создание уникальных впечатлений у туристов от путешествий по России.
- Развитие национальных брендовых межрегиональных туристских маршрутов.
- Поддержка региональных событий, проводимых в низкий и средний сезоны. Разработка критериев для государственной поддержки таких событий.
- Создание программ по развитию речного и морского круизного туризма, медицинского, экологического, событийного, делового и конгрессного туризма.
- Создание морского национального круизного оператора (Черное море, Балтийское море, Каспийское море).

НОВЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Стратегия

Повышение качества туристических услуг с помощью использования передового мирового и отечественного опыта, а также через изучение и анализ предпочтений туристов.

Меры

- Повышение качества туристических услуг и внедрение единой системы лучших международных стандартов гостеприимства.
- Развитие программ гостеприимства и стандартов качества оказываемых услуг в нишевых туристических сегментах.

ОПОРА НА ПАРТНЕРСТВО С БИЗНЕСОМ

Стратегия

Конструктивное взаимодействие государства и бизнеса на взаимовыгодных условиях.

Меры

- Активизация работы Экспертного совета по туризму на высоком государственном уровне.
- Синергия государственно-частного сотрудничества.
- Проведение информационно-пропагандистских кампаний по продвижению внутреннего туризма в СМИ и на различных рекламных носителях, используя квоты регионов по социальной рекламе и спонсорскую поддержку бизнеса.
- Продвижение национального турпродукта за рубежом на базе государственно-частного сотрудничества.

КОМПЛЕКСНАЯ РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ В ТУРИЗМЕ

Стратегия

Формирование современных принципов работы с инвесторами в сфере туризма.

Меры

- Стимулирование инвестиций в туризм и упрощение доступа к финансированию для инвесторов.
- Разработка системы компенсации процентных ставок и льгот.
- Формирование пула партнерских банков.
- Поддержка малого и среднего бизнеса.
- Интеграция туризма и локального производства.
- Создание единой службы заказчика по управлению реализацией инвестиционных проектов в сфере туризма.

РАЗВИТИЕ КОМФОРТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ТУРИСТОВ

Стратегия

Расширение списка проектов по формированию комфортной среды для российских и иностранных туристов.

Меры

- Повышение транспортной доступности туристических объектов и направлений.
- Развитие инфраструктуры в точках туристического притяжения.
- Создание туристско-информационных центров на основных транспортных хабах.
- Продолжение развития системы знаков туристической навигации, в том числе через внесение изменений и дополнений в ПДД, дальнейшую работу с Минтрансом и Росавтодором.
- Формирование и распространение стандартизированных наборов travel box для туристов (карта гостя, транспортные абонементы, дисконтные системы, информационные материалы, аудиогиды и др.) с целью стимулирования роста индивидуального туризма.
- Рассылка приветствий и ссылок на туристско-информационные ресурсы на основных языках при прибытии в Россию при переходе на роуминг.

РАЗВИТИЕ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ТУРИСТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Стратегия

Всесторонняя поддержка развития доступной среды для туристов с ограниченными возможностями.

Меры

- Создание и реализация национальной программы развития доступной среды для людей с ограниченными возможностями, в частности с использованием наработок и опыта проведения Паралимпийских игр в Сочи.
- Введение национальной премии за инновационные проекты создания комфортной среды для туристов с ограниченными возможностями.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ «БЕЗОПАСНЫЙ ТУРИЗМ»

Стратегия

Позиционирование и развитие проектов в концепции «Россия – безопасное туристическое направление».

Меры

→ Разработка программы информирования туристов о безопасности поездок и посещения объектов туристско-гостиничной отрасли, включая систему аварийного оповещения.

→ Запуск программы создания туристической полиции на федеральном уровне (на примере Москвы и Санкт-Петербурга).

→ Создание программы развития туристического волонтерского движения (использование наследия Олимпийских игр, Мундиаля).

ПОДГОТОВКА КАДРОВ

Стратегия

Повышение качества подготовки кадров индустрии туризма.

Меры

→ Открытие в регионах центров подготовки и повышения квалификации управленцев туристической отрасли.

→ Обучение работников государственного сектора в сфере туризма, включая программы обмена опытом.

→ Формирование, с учетом сезонности и неравномерности кадровых ресурсов и потребностей в них по регионам, мер государственной поддержки и стимулирования переквалификации, повышения профессионального уровня линейных кадров.

→ Определение критериев и направлений трудовой миграционной политики в туризме для покрытия дефицита кадровых ресурсов в регионах, осуществление мер поддержки временных (сезонных) и постоянных трудовых мигрантов в туризме.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ

Стратегия

Совершенствование законодательства в сфере туризма и гостеприимства. Обеспечение приоритетного финансирования и контроля эффективности государственных программ развития туристической отрасли.

Меры

→ Создание Министерства по туризму.

→ Проведение координационного совета при Правительстве Российской Федерации и межведомственной комиссии при Ростуризме по туризму на регулярной основе.

→ Разработка системы делегируемых полномочий от федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации региональным для развития сферы туризма.

→ Совершенствование нормативной базы в сфере туризма и связанных отраслях.

- Разработка Федерального закона «О развитии туризма в Российской Федерации».
- Разработка муниципальных стандартов развития туризма с учетом особенностей в регионах.
- Совершенствование федеральной и региональной статистики в части оценки показателей развития туризма, мультипликативного эффекта и их доли в формировании макропоказателей.
- Повышение качества аналитического обеспечения управления туризмом с учетом лучшего мирового опыта.
- Запуск национального проекта в сфере туризма и гостеприимства и федеральных проектов по основным направлениям развития туризма в России.

Это, безусловно, не все шаги, которые необходимо предпринять, чтобы достичь устойчивого развития туристического сектора. Но именно на них стратегически верно сосредоточить усилия и ресурсы, чтобы получить быстрый, эффективный, мультипликативный результат для отрасли. Мы надеемся, что в ближайшем будущем важность сформированных мер будет осознана и, как следствие, запущены механизмы их реализации. Многие уже сделано или находится в процессе, а лучшие практики и проекты развития в сфере туризма представлены в нашей книге.

Программы развития туризма

Зарубежный опыт показывает, что успех туристического сектора напрямую зависит от того, как он поддерживается на государственном уровне. Например, в таких странах, как Франция, Испания, Италия, Турция, Греция, туризм является бюджетообразующей отраслью и пользуется всесторонней государственной поддержкой, демонстрируя высокие результаты.

Для успешного развития туризма в любой стране необходим устойчиво растущий внутренний туристский поток и развитая туристическая инфраструктура. Поэтому современный этап развития туризма в России связан с разработкой и реализацией единой стратегии формирования туристического комплекса и превращения его в высокодоходную отрасль экономики страны.

Нужно отметить, что для малого и среднего бизнеса въездной и внутренний туризм имеет особое значение. В среднем на один вложенный рубль бизнес получает от 3 до 5 рублей прибыли. Для ряда территорий России туризм – один из немногих шансов на улучшение экономической ситуации. Эффективное управление и развитие туристического комплекса – сложная задача, требующая координации на государственном уровне и тесного взаимодействия с бизнесом.

Рассмотрим некоторые успешные программы развития въездного и внутреннего туризма в России.

Продвижение российского туристского продукта на внутреннем и зарубежном рынках – это важная составляющая роста индустрии туризма и гостеприимства. В рамках этой работы создаются различные государственные программы и частные проекты, причем все чаще на базе государственно-частного сотрудничества и партнерства.

Программа продвижения въездного туризма Visit Russia

В 2014 году Министерство культуры Российской Федерации и Ростуризм запустили в работу проект по созданию сети Национальных туристических офисов Visit Russia за рубежом.

Авторы книги, которую вы держите в руках, стояли у истоков этой инициативы. Под нашим руководством в 2015–2017 годах было открыто 13 пилотных Национальных туристических офисов Visit Russia в 11 странах мира: Финляндии, Германии, ОАЭ, Китае (2 офиса), Иране, Кувейте, Вьетнаме, Великобритании, Австрии, Италии (2 офиса), Испании.

Пилотный проект Visit Russia, который базировался на принципах государственно-частного сотрудничества, взаимодействия федеральных ведомств, регионов и частного туристического, транспортного и иного заинтересованного бизнеса, показал высокие и качественные результаты, которых до этого времени не удавалось достичь.

Это был беспрецедентный информационный прорыв: вовлечение в совместную работу сотен представителей отрасли и СМИ, в том числе в части привлечения внебюджетных средств для продвижения туристического потенциала России за рубежом.

По пути успешного опыта пилотных НТО Visit Russia собственную сеть развивает Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, активно открывая за рубежом на базе государственно-частного сотрудничества международные офисы по туризму Visit Saint Petersburg.

Подробнее о практике работы пилотных Национальных туристических офисов Visit Russia мы расскажем в главе III книги – «Практика», в которой представлены практические советы, мнения экспертов, ситуационные интервью и специальная информация для всех, кому интересно работать с иностранными туристами в России.

Национальные туристические офисы за рубежом – это:

- ☐ важный инструмент для реализации стратегии продвижения национального туристического продукта;
- ☐ «мягкая сила» для формирования положительного информационного фона;
- ☐ платформа для развития российского туристического бизнеса.

Программы развития туристской информации

Туристско-информационные центры

Важным этапом в развитии туризма в России стало создание по прямому поручению Президента Российской Федерации туристско-информационных центров (ТИЦ).

В мировой практике туристско-информационные офисы являются важнейшей составляющей отраслевого механизма туристической отрасли. В них осуществляется информационно-сервисное обеспечение туристов, прибывших в дестинацию. В этих офисах все желающие могут бесплатно получить консультацию о месте пребывания, карту, информацию о достопримечательностях, магазинах, ресторанах, заказать экскурсию, приобрести местные сувениры.

Сегодня на территории России работает более трехсот туристско-информационных центров. Для сравнения, в 2015 году центров было не более тридцати.

В задачи ТИЦ входит не только информирование, но и продвижение региональных турпродуктов. Они поддерживают веб-сайты, участвуют в туристических выставках, знают специфику своего региона и интересы туристов.

Туристско-информационные офисы финансируются из региональных или муниципальных бюджетов.

Современный тренд – создание ТИЦ на базе государственно-частного сотрудничества. Также их создают на своей территории объекты туристского показа, крупные развлекательные центры, парки, курорты.

С 2015 года с целью развития туристско-информационных центров активно работает Национальная ассоциация информационно-туристских организаций (НАИТО), которая является площадкой для формирования единой туристско-информационной базы России. Ассоциация ведет реестр туристско-информационных центров и центров развития туризма в Российской Федерации.

НА ЗАМЕТКУ

- Национальная ассоциация информационно-туристских организаций: naito-russia.ru
- На сайте НАИТО представлены важные документы для работы ТИЦ:
 - ГОСТ Р 56197-2014 «Туристский информационный центр. Туристская информация и услуги приема. Требования»;
 - бренд-бук для туристско-информационного центра;
 - методические рекомендации по работе ТИЦ;
 - форма отчета «1 ТИЦ».
- Реестр туристско-информационных центров: nbcrs.org/tic/list

Национальный каталог средств размещения

Национальный каталог средств размещения – проект, осуществляемый в рамках маркетинговой поддержки средств размещения, прошедших классификацию в соответствии с действующими требованиями системы классификации в Российской Федерации.

Цели проекта: повышение репутации гостиничной индустрии России; гарантия качества услуг для клиента; предоставление доступа к проверенной информации о средствах размещения для турфирм, туристско-информационных центров и зарубежных офисов по туризму.

Национальный каталог средств размещения дает возможность клиентам и специалистам получить информацию о гостиничном фонде определенного класса в регионах Российской Федерации и гарантированном наборе услуг, которые могут быть оказаны гостиницей.

Размещение информации в каталоге бесплатное. Отельные сами рассказывают о преимуществах своего средства размещения, а эксперты, проводившие оценку объекта при классификации, проверяют корректность представленного контента. На портале реализована обратная связь, через которую клиент может связаться напрямую с отелем и задать вопросы.

Каталог активно используется в работе туристско-информационными центрами, туристическими агентствами и зарубежными офисами по туризму в рамках маркетинговой стратегии продвижения туристического потенциала России.

НА ЗАМЕТКУ

- Национальный каталог средств размещения: lodging.ru
- Федеральный перечень классифицированных туристских объектов: классификация-туризм. рф

Система обмена туристской информацией

Система обмена туристской информацией (СОТИ) – набор сервисов для индустрии туризма, осуществляющий эффективное взаимодействие участников туристического рынка.

В СОТИ более 7000 пользователей: средства размещения, туристические компании, организаторы событий, туристско-информационные центры, органы исполнительной власти. На данный момент это единственная информационная система, которая объединяет ТИЦ и участников рынка.

В 2014 году эта инициатива была отмечена Премией Правительства Российской Федерации в сфере туризма как лучший проект, направленный на продвижение региональных турпродуктов.

Такие онлайн-системы создаются сегодня во многих странах мира. Россия была одной из первых, кто внедрил подобную работу в туристско-информационные центры.

НА ЗАМЕТКУ

Система обмена туристской информацией: nbcrs.org

Туристский паспорт региона

Туристский паспорт региона (ТПР) – унифицированная единая форма представления информации о туристских возможностях региона; полный каталог объектов культуры, природных богатств, транспортных ресурсов и других туристических достоинств территории.

Программа по созданию унифицированных паспортов регионов внесена в «Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» и реализуется в рамках исполнения поручения Координационного совета по туризму России.

Основные разделы ТПР:

- ☐ статистические данные: число предприятий сферы туризма, коллективных средств размещения, средств размещения, прошедших классификацию, и др.;
- ☐ информационные данные: население, главные города, климат, транспортная доступность, наличие программ развития туризма, структура власти;
- ☐ описательные данные: описание региона в целом, географическое положение, транспортная доступность, включая аэропорты и вокзалы в крупных центрах, объекты туристского интереса и т. п.;
- ☐ маркетинговая информация: данные о том, почему регион привлекателен для туристов, какие его отличительные особенности, потенциал.

Задачи, решаемые при создании ТПР:

- ☐ формирование единой информационной базы данных о состоянии туристических ресурсов;
- ☐ оценка текущего туристического потенциала для его продвижения на внутреннем и зарубежном рынках;
- ☐ оценка инвестиционной привлекательности для перспективы вложений в систему туризма.

НА ЗАМЕТКУ

Туристские паспорта регионов России: паспорта-регионов. рф

Реализация программы развития туристской информации и создание профессионального информационного поля повышает конкурентоспособность российского туристического рынка, создает условия для развития инфраструктуры, привлекает инвестиции в отрасль, способствует развитию системы аналитики больших данных и глобального обмена туристской информацией. своевременное и полное предоставление информации может быть решающим фактором в успешном продвижении турпродукта внутри страны и за рубежом.

Программа развития брендовых маршрутов

Такие глобальные, многосоставные туристские брендовые маршруты национального масштаба не разрабатывались 50 лет, с момента появления маршрута «Золотое кольцо России». Сегодня мы с вами создаем историю новейшего туризма России, туризма XXI века. И останавливаться мы с вами не имеем права!

Алла Манилова,
аместитель министра культуры Российской Федерации

Одним из направлений развития туристического потенциала российских регионов для внутреннего и въездного туризма в ближайшем будущем станут брендовые маршруты.

Брендовый маршрут – это маршрут (турпродукт), продвигающий культурно-познавательное наследие конкретного региона. Отличительные характеристики такого турпродукта – узнаваемость, круглогодичность или сезонность, регулярность, целостность, завершенность, соответствие стандартам услуг.

Брендовые маршруты могут быть: региональными (проходить по территории одного субъекта Федерации); межрегиональными (проходить по территории двух и более субъектов Федерации); линейными, кольцевыми, радиальными, объединять два типа маршрутов. Перед выводом на рынок брендовый маршрут должен пройти оценку федерального органа исполнительной власти в сфере туризма и соответствовать требованиям установленного технического задания (информация о маршруте, транспортное обслуживание, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, стоимость обслуживания, безопасность и другие параметры). На данный момент действует около 60 брендовых маршрутов в 44 регионах России.

В последние годы развитие межрегиональных брендовых маршрутов приобрело особо важное значение во всем мире. Оно способствует решению ряда проблем территорий и оперативной реакции на рыночные тенденции, диктуемые путешественниками, для которых особую ценность представляют яркие впечатления, познание нового, контакты с местными жителями и знакомство с их традициями. Брендовые маршруты также открывают широкие возможности для развития устойчивого туризма, так как обладают потенциалом для распределения туристского спроса и получения дохода круглый год, уменьшают давление на ключевые достопримечательности страны, вносят вклад в решение задач, связанных с сезонностью.

В сентябре 2019 года при Федеральном агентстве по туризму образован Экспертный совет по реализации программы продвижения туристских маршрутов в сфере внутреннего и въездного туризма. К его компетенции относятся рассмотрение и анализ туристских маршрутов в сфере внутреннего туризма, их экспертная оценка на предмет востребованности и доступности, в том числе финансовой.

О задачах, выполняемых программой развития брендовых маршрутов, мы побеседовали с Майей Ломидзе.

Экспертное мнение

Майя Ломидзе

исполнительный директор Ассоциации туроператоров России, руководитель Комитета по импортозамещению, сопредседатель Экспертного совета по внутреннему и въездному туризму

Пройден уже большой путь по разработке и интеграции брендовых маршрутов в сферу туризма России. Какой отклик среди российских и иностранных туристов получил этот турпродукт?

М. Л.: Показателем положительного отношения туристов, как российских, так и иностранных, является востребованность данного турпродукта.

С 2015 по 2018 год было рассмотрено более 150 заявок на тестирование брендовых маршрутов от 61 региона. В итоге Комитетом по импортозамещению было утверждено 59 брендовых маршрутов в 44 регионах России. Причем 48 уже взяты на продажу федеральными и региональными туроператорами, в том числе теми, которые работают на прием иностранных туристов. Благодаря этой работе в регионах наблюдается увеличение потока туристов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.