



СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ И ЮЛИЯ МОХОВА



# ТУРИЗМ ПЕРЕЗАГРУЗКА



Как привлечь иностранных  
туристов в Россию



стратегия — инструменты — практика

УСПЕШНЫЙ РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

**Юлия Александровна Мохова  
Сергей Корнеев**

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

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=61224737](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=61224737)*

*Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в  
Россию: Питер; Санкт-Петербург; 2021  
ISBN 978-5-4461-1727-7*

### **Аннотация**

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.

# Содержание

Предисловие	7
Авторы	10
Эксперты-консультанты	11
От авторов	16
Как читать книгу	18
Глава I	20
От редактора главы «Стратегия»	20
Вступление. Туризм – важный сектор экономики	22
Стратегические меры развития туризма в России	25
Комплекс стратегических мер с целью развития туристической отрасли России	25
Программы развития туризма	38
Программа продвижения въездного туризма Visit Russia	40
Программы развития туристской информации	42
Туристско-информационные центры	42
Национальный каталог средств размещения	44
Система обмена туристской информацией	45
Туристский паспорт региона	46
Программа развития брендовых маршрутов	49
Экспертное мнение	51



**Сергей Корнеев,  
Юлия Мохова**

**Туризм: перезагрузка. Как  
привлечь 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 KONHAUSER)** – 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 Svoу 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 (ТА ТНІ ВІСН НА)** – 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 На-

циональных 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 самодостаточной. 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 рг-эффект, который это собы-

тие дало для развития туристической отрасли<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> 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.

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.

# **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 документо-

оборот 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, государ-

ственные 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, РАТА и др.).

## **ВИЗОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ**

### **Стратегия**

Точечное облегчение визового режима и переход на элек-

тронные 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 пред-

ставителей 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**

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-Петер-

бурга).

→ 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 ту-

ризма 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 информационнотуристских 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 информационнотуристских организаций: [naito-russia.ru](http://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:

## **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. Отели сами рассказывают о преимуществах своего средства размещения, а эксперты, проводившие оценку объекта при классификации, проверяют корректность представленного контента. На портале реализована обратная связь, через ко-

тору 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](http://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 информацион-

ная 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](http://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 субъек-

ектов 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 внутренне-

го 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 туропе-

раторами, 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.