

Глава 1. Туризм в России

Мир становится глобальным. Граждане разных стран все больше путешествуют. Поэтому туризм является одной из самых растущих сфер деятельности. В рейтинге мировых экспортных отраслей он занимает уже третье место. Индустрия формирует около 7% в доходах государств. В отличие от других стран, Россия пока зарабатывает в этой сфере крайне мало.

1.1. Современный туризм как социально-экономическое явление:

Туризм входит в число ведущих отраслей мирового хозяйственного комплекса (по экономическим показателям он занимает второе место после нефтеперерабатывающей отрасли, а по числу рабочих мест он прочно удерживает первую позицию. Ежедневно более 20 млн человек на нашей планете идут на работу в туристские организации.) по своей сути является индустрией, сферой занятости; существует в виде туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться (на туризм приходится примерно 10% всех потребительских расходов).

1.2. Эффект синергии

Синергия в экономике, синергический эффект — увеличение эффективности деятельности в результате сочетания, соединения, интеграции, слияния отдельных частей в единую систему, благодаря эмерджентности (возникновение новых качеств) полученной системы.

При этом туризм обладает мощным синергетическим эффектом. Рост турпотока обеспечивает увеличение доходов 53 отраслей экономики, принимающих участие в создании туристического продукта. В итоге увеличивается занятость, вовлекаются малые и средние компании, улучшаются условия жизни на местах, сглаживаются диспропорции между регионами. Как правило, иностранные туристы не уезжают дальше Москвы и северной столицы. В лучшем случае путешествуют по Золотому кольцу. Остальные территории массового зарубежного гостя не видят. Поэтому

ближайшая цель - сделать привлекательными другие регионы страны. Но этому мешают некоторые проблемы.

1.3. Визовый барьер и нехватка инфраструктуры

Турпоток в Россию с каждым годом растет. Мотивация появилась пару лет назад - тогда рубль подешевел вдвое по отношению ко многим мировым валютам. Но резкого скачка интереса все равно нет.

Одна из главных проблем - визовый барьер. По отзывам иностранных туристов, получить визу в Россию крайне долго, сложно и дорого. Если убрать этот барьер или хотя бы упростить порядок получения туристической визы, это сделает нашу страну более привлекательной для приезжающих.

С отсутствием позитивного туристического имиджа страны тесно связана другая проблема — проблема безопасности. Путешествия в Россию окутаны таким количеством мифов, что ни иностранцы, ни порой сами россияне не уверены, что путешествовать по нашей стране безопасно.

Еще одна проблема - нехватка инфраструктуры. В частности, комфортабельных гостиниц в крупных российских городах. В двух столицах с этим более-менее проще. А в региональных центрах с этим могут быть сложности. Некоторые гостиницы там не ремонтировались с советских времен.

«Туризм в России недостаточно проинвестирован. Если посмотреть на глобальную картину, то мы знаем немало стран, где доля вклада туризма в ВВП достигает примерно 10%. Россия стоит ниже этого уровня» - говорит Клаус Мангольд, председатель наблюдательного совета туроператора TUI.

1.4. Нам нужен свой туристский бренд

Дело в том, что Россия входит в десятку самых популярных туристических направлений по версии Всемирной туристской организации, но является единственной страной из этой десятки, у которой не было бренда для продвижения туризма.

А с чем ассоциируется у иностранцев Россия? Это, как всем вам известно, три фразы: "на здоровье", "калинка-малинка" и КГБ. И это при том, что большинство (в соответствии с исследованием GFK Omnibus, 71%) относится положительно к товарам, с маркировкой "Сделано в России". Возрождение сильного бренда "Россия" возможно посредством построения успешных коммерческих брендов. И это общемировая практика, за счет которой достигается синергия успеха: разумные стратегии развития национальных брендов используют авторитет территории при построении коммерческих брендов, а бренды-лидеры "возвращают долг", укрепляя авторитет страны. При этом, Россия входит в рейтинг 10 самых посещаемых стран мира (по данным World Tourist Organization) и этот потенциал нельзя не использовать.

«Продвижение российского туризма внутри страны и за рубежом невозможно без наличия туристского бренда страны. Из 195 стран в мире у 146 стран туристские бренды имеются. К сожалению, наша страна входит в это небольшое количество стран, у которых туристского бренда нет» - говорит Олег Сафонов. «Мы считаем, наличие турбренда, разработка его даст серьезный стимул для продвижения, позиционирования, популяризации внутреннего и въездного туризма в нашей стране»

С учетом нашей огромной территории в будущем доходы от индустрии гостеприимства могут перекрыть даже доходы от продажи нефти, считают некоторые эксперты. К примеру, таких красот, как в Сибири и на Дальнем Востоке, нет нигде в мире.