

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Посвящена проблемным вопросам развития туризма в Российской Федерации. Выявлены новые тенденции развития туристской отрасли в условиях рыночной экономики. Предложены основные направления, способствующие повышению конкурентоспособности отрасли, ее эффективности.

Ключевые слова: туризм, тенденции, финансирование, налогообложение.

V.V. KULAKOV
*post-graduate student
of Baikal National University of Economics and Law, Irkutsk
e-mail: aetern@ya.ru*

TENDENCIES OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION: THEORY AND PRACTICE

The article deals with tourism development in the Russian Federation. New tendencies of travel and tourism industry development in market economy are revealed. Some basic trends which are able to improve the industry's competitiveness and efficiency are offered.

Keywords: tourism, tendencies, financing, taxation.

Формирование и развитие российского туристского рынка на базе всех форм собственности началось с развитием рыночных отношений. Следует отметить, что туризм в Российской Федерации развивался и в дореформенный период, при этом и дореформенный период, и период реформ имеет свои особенности.

В советский период развитие туризма происходило в соответствии с планами, которые разрабатывались на пять-десять лет, утверждались высшими органами по туризму, их выполнение контролировалось. Туризм использовался также как средство воспитания патриотизма у подрастающего поколения: проводились всесоюзные походы и экспедиции школьников и молодежи. Данный период характеризуется развитием социального туризма, укреплением материально-технической базы лечебно-оздоровительного туризма, появлением новых гостиничных комплексов в крупных городах страны, распространением новых видов

обслуживания — семейного отдыха и курсовочного лечения. В 1985 г. индустрия туризма приняла и обслужила 38 млн туристов и 210 млн экскурсантов, в 1990 г. — 50 млн туристов и более 300 млн экскурсантов¹.

Периоду с 1970 по 1990 г. присущи следующие основные черты: жесткое нормирование, планирование и контроль; концентрация рекреационного обслуживания в благоприятных территориально-климатических зонах; распространение новых видов обслуживания (семейный отдых, курсовочное лечение); развитие туризма в восточных регионах страны; формирование самой крупной и самой дешевой в мире базы социального и самодеятельного туризма; рост показателей иностранного туризма.

В переходный период, с 1991 г., развитие российского туризма характеризуется сменой административного регулирования туризма регулированием с помощью рыночных методов и учетом новых российских законов, принятие которых было обуслов-

лено развитием всех форм собственности, а следовательно, изменением источников финансирования. Переходному периоду свойственны следующие черты: переход от государственной собственности к многоукладной; формирование туристского рынка и использование туристских ресурсов на основе новых экономических и правовых отношений; изменение структуры спроса в связи с появлением новых видов туристских услуг; возникновение большого числа малых и средних туристских предприятий; рост средних показателей выездного туризма, особенно с целью шопинга; резкое уменьшение количества туристских услуг, финансируемых за счет средств социального страхования организаций.

Наиболее быстрыми темпами развитие индустрии туризма началось с 2000 г. Данный период характеризуют следующие тенденции: совершенствование законодательной базы; освоение новых технологий в гостиничном бизнесе и разработка новых видов туристского продукта; использование компьютерных систем бронирования и резервирования; развитие образовательной и научной базы туризма; совместное ведение бизнеса с иностранными фирмами.

Динамика объема оказываемых на данном этапе в Российской Федерации туристских услуг положительная. В частности, по данным Федеральной службы государственной статистики, общий объем туристских услуг, предоставленных населению в 2007 г., составил 50,1 млрд р., или 1,5% общего объема платных услуг². Санаторно-оздоровительных услуг в этот период было оказано на общую сумму 49,5 млрд р. (1,5%), услуг гостиниц и аналогичных объектов размещения — 88,9 млрд р. (2,6%). По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму за 2007 г., туризм в России генерировал 9% ВВП и создал более 5 млн рабочих мест³. Развитие туризма в РФ характеризуют данные таблицы.

Как видно из таблицы, положительная тенденция развития проявилась в росте практически всех показателей, как абсолютных, так и относительных. За восемь лет количество фирм удвоилось, а число работников увеличилось в 1,5 раза. Эффективность использования живого труда существенно выросла: если в 2004 г. на каждого работника

приходилось по 57 проданных путевок, то в 2007 г. — по 131. Наблюдается отставание темпов роста показателей внутреннего туризма от выездного: россияне все больше предпочитают отдых за рубежом. При этом общее количество путевок, реализованных населению, колеблется по годам, но эти изменения не столь существенны в сравнении с резкими перепадами средней стоимости путевок (в основном из-за меняющихся географических предпочтений туристов), что предопределяет столь же резкое изменение выручки от оказания туристских услуг и в конечном счете крайнюю нестабильность развития бизнеса.

По расчетам Всемирного совета по туризму и путешествиям за 2008 г., российский туризм генерировал 2,491 млрд р. в ВВП. Прямое влияние индустрии туризма создало 732 тыс. рабочих мест и привнесло в экономику 491 млн р., или 1,2% ВВП. Однако, поскольку туризм охватывает все сектора экономики, реальный эффект еще больше. Российский туризм напрямую и косвенно создает 2,491 млрд р., или 6,9% ВВП; 4,126 млн рабочих мест в экономике, или 5,8% в общей занятости; 877 млрд р. по статьям экспорта товаров и услуг (7,6% общего экспорта); 924 млрд р. капиталовложений (11,8% общего объема инвестиций). Благодаря развитию российского туризма государственные расходы на данную отрасль составили 167 млрд р. В 2008 г. российские граждане на зарубежные туристские поездки истратили 12 млрд дол. По расчетам экспертов, на трех-четыре въезжающих туристов создается одно рабочее место только в туристском бизнесе, кроме того, организуются рабочие места в смежных отраслях.

Дальнейшее развитие туризма, формирование конкурентоспособного туристского рынка в России требует решения ряда проблем. Первостепенное значение, в связи с многоукладной формой собственности, имеет состояние сферы нормативно-правового регулирования в индустрии туризма. В соответствии со ст. 2 федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», законодательство Российской Федерации о туристской деятельности относится к совместному ведению Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

Законодательство Российской Федерации о туристской деятельности определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации прав туристов на отдых, свободу передвижения и иных.

В то же время действующие нормативно-правовые акты субъектов Российской Федерации не всегда регулируют актуальные проблемы развития регионального туризма. Часто региональные законы создаются по образу федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», хотя они имеют различное

**Динамика показателей, определяющих развитие туристского обслуживания
в РФ в 2000–2007 гг.***

Показатель	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2007, % к 2006
Средняя численность работников, включая внешних совместителей и внештатных работников, чел.	–	29 544,0	32 927,4	35 275,0	40 787,0	43 768,8	107,31
Выручка от оказания туристских услуг, тыс. р.	7 024 615,6	6 697 293,4	11 220 479,9	22 824 610,8	26 762 346,4	34 219 334,8	127,86
Суммы комиссионных, агентских и иных вознаграждений турагентов, тыс. р.	569 003,0	1 446 510,5	2 936 296,7	4 570 703,9	6 354 699,5	9 556 483,3	150,38
Число реализованных гражданам России путевок для отдыха и путешествий внутри страны	–	–	739 000	1 377 625	1 459 890	1 659 468	113,67
Число реализованных гражданам России путевок для отдыха в зарубежных странах	–	–	1 140 142	2 747 672	3 027 219	4 056 710	134,01
Стоимость реализованных путевок, тыс. р.	–	–	29 846 079,1	76 300 709,5	88 748 731,3	124 132 502,8	139,87
Число турфирм, всего	2 966	3 345	4 010	5 079	5 842	6 639	113,64
Туроператоры (формирование, продвижение и продажа туров)	–	832	938	970	1 007	1 008	100,10
Турагенты (продвижение и продажа туров)	–	2 018	2 558	3 523	4 060	4 761	117,27
Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве туристского продукта, тыс. р.	5 196 731,5	4 647 764,5	8 508 172,8	10 945 594,0	15 681 887,6	19 075 043,9	121,64

* Составлена по данным ФСГС.

назначение. В связи с этим в целях эффективного развития регионального туризма в разрабатываемых субъектами РФ нормативно-правовых актах целесообразно отражать такие актуальные вопросы правового регулирования туризма, как: определение и поддержка субъектом приоритетных направлений туристской деятельности; классификация и оценка туристских ресурсов субъекта, установление режима их охраны, порядка сохранения целостности и реализация мер по их восстановлению; содействие деятельности предпринимателей в сфере туризма; содействие информационному обеспечению регионального туризма, в том числе путем продвижения регионального туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках⁴. Следует также на законодательной основе использовать опыт таких стран, как Испания, Франция, Италия и др., не облагающих туристские услуги налогом на добавленную стоимость.

Немаловажное значение для развития туризма имеет государственная поддержка, в частности создание инфраструктуры, строительство гостиниц, совершенствование нормативно-правового законодательства, в том числе налогового.

Большую роль в повышении эффективности туристской деятельности играют новые формы хозяйствования. Организация туристических особых экономических зон поможет создать благоприятный инвестиционный и предпринимательский климат в регионах Сибири, новые рабочие места, увеличить ВРП, перевести туристскую и санаторно-курортную индустрию на инновационный путь развития. Целесообразно создание в особых экономических зонах кластеров, способствующих не только увеличению скоордини-

рованности различных отраслей, повышению занятости, но и совершенствованию ценообразования и минимизации налогов.

Для формирования конкурентоспособного туристского рынка требуется решение проблем имиджевого характера. В частности, в Иркутской области следует осуществлять эффективную стратегию по продвижению регионального туристского продукта, ориентированную на ключевые направляющие туристского рынка, что позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей всей экономики области. С этой целью необходимо проведение имиджевой рекламно-информационной кампании как в российских СМИ, так и в зарубежных, участие в крупнейших международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей области⁵. Кроме того, необходима организация выпуска рекламной некоммерческой печатной продукции.

Решение данных проблем будет способствовать более эффективному развитию туризма в стране, что позволит увеличить занятость населения, поступления финансовых ресурсов в бюджет и внебюджетные фонды от данной сферы деятельности.

Примечания

¹ Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: учеб. М., 2001. С. 6.

² Сайт ФССС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>.

³ The 2008 T&T Economic research. Russia [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wttc.travel>.

⁴ Основные направления и механизмы решения задач развития сферы туризма. Оценка рисков // Туризм: право и экономика. 2008. № 2 (25). С. 23.

⁵ Существующее состояние сферы туризма в Российской Федерации // Там же. С. 6–15.

Bibliography

- Basic trends and mechanisms of tasks solution of tourism development. Risk assessment // Tourism: law and economy. 2008. № 2 (25).
 FSSS site [Electronic resource]. URL: <http://www.gks.ru>.
 The 2008 T&T Economic research. Russia [Electronic resource]. URL: <http://www.wttc.travel>.
 Tourism current state in the Russian Federation // Tourism: law and economy. 2008. № 2.
 Tourism management. Tourism as an activity type: man. М., 2001.