

ДОЛГАЕВА М. А.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Аннотация. В статье исследуются основные проблемы отрасли въездного туризма в России, к которым отнесены недостаточное развитие внутреннего туризма, транспортной инфраструктуры, рекламы, слабое владение населением иностранными языками. Особое внимание уделено проблеме низкого платежеспособного спроса на услуги туризма в стране.

Ключевые слова: внутренний туризм, въездной туризм, проблемы, реклама, транспортная инфраструктура, владение языками.

DOLGAEVA M. A.

DEVELOPMENT PROBLEMS OF DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA

Abstract. The article considers the main problems of inbound tourism in Russia, which include the underdevelopment of domestic tourism, transport infrastructure, advertising and poor foreign languages skills. Special attention is paid to the problem of low effective demand for tourism services in the country.

Keywords: domestic tourism, inbound tourism, problems, advertising, transport infrastructure, language proficiency.

В современном мире отрасль въездного туризма динамично растет, увеличивая доходы стран, наиболее привлекательных для путешественников. Россия по уровню развития данной сферы отстает не только от стран-лидеров, но и от средних мировых показателей. В 2017 г. лишь 0,67% денежных доходов от мирового туризма приходилось на Россию, в то время как на США – 16%, на ТОП-10 стран – 49% [7].

Изучение проблем развития отечественного въездного туризма актуально не только из-за высокого потенциального вклада отрасли в рост ВВП и увеличения доходов бюджета, но и в связи с необходимостью структурных реформ отечественной экономики, минимизации ее сырьевой направленности. Кроме того, туризм постепенно становится неотъемлемой составляющей качества жизни самой развитой части человечества, что позволяет рассматривать эту сферу с точки зрения будущего России, ее места в общемировых социально-экономических процессах.

Цель статьи – выделить наиболее острые проблемы, с которыми сталкивается развитие въездного туризма в России, обозначить пути их решения.

Россия в рейтинге самых посещаемых стран мира. Обратимся к статистике Всемирной туристской организации UNWTO. В ТОП-5 мирового рейтинга входят Франция, Испания, США, Китай и Италия. Более подробный рейтинг представлен на рис. 1.

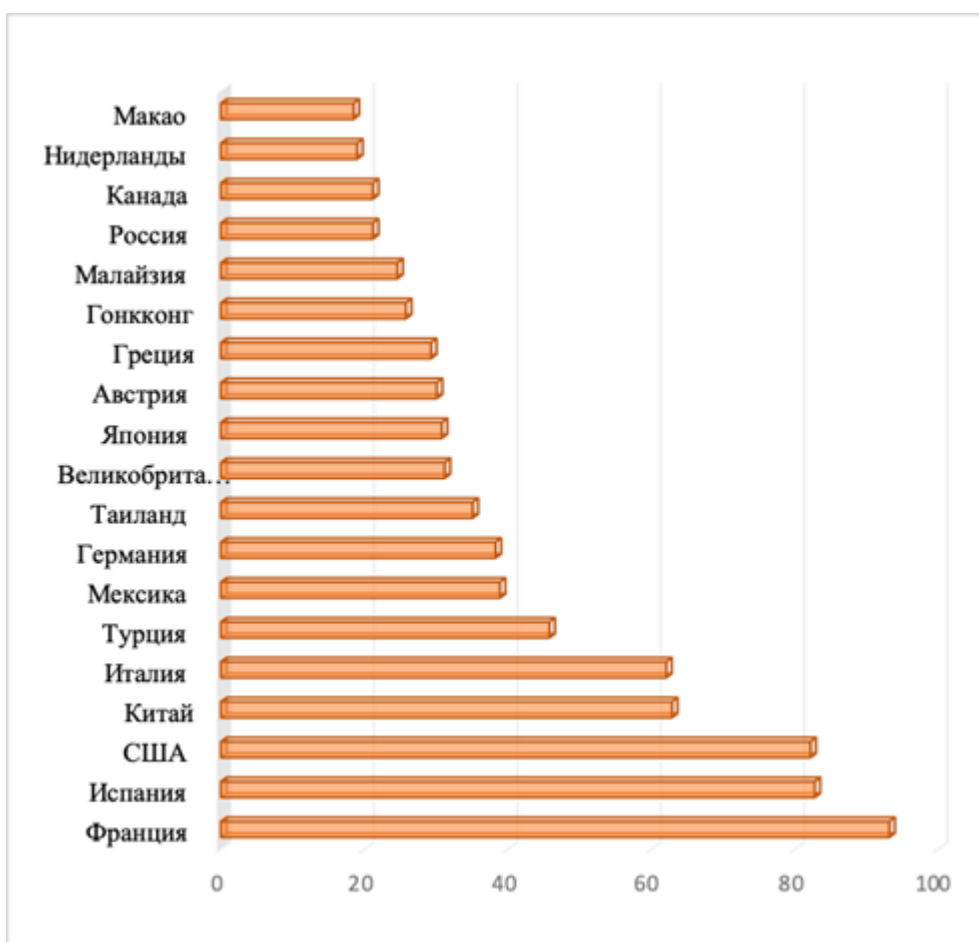


Рис.1. Мировой рейтинг самых посещаемых стран в 2018 г., млн. чел. [11].

Рассмотрим место России в этом рейтинге с точки зрения сопоставимости с некоторыми странами размеров ее территории, объема и уникальности природных и культурных богатств. Разница в количестве туристов между США и Россией составляет почти 60 млн. чел., даже с учетом Чемпионата мира по футболу 2018 г. Вместе с тем две страны близки по таким объективным параметрам, как площадь территории, количество и уникальность природных богатств. По разнообразию, древности и ценности памятников культуры и истории Россия превосходит США.

По количеству въездных туристов Россия опережает Нидерланды. С одной стороны, – это позитивный факт, ведь эта страна пользуется большим спросом в связи с выгодным месторасположением относительно других европейских государств, богатым культурным наследием и большим количеством развлечений. С другой стороны место России не адекватно ее потенциалу, так как она существенно опережает Нидерланды и по размерам территории, и по объемам природных и культурных богатств.

Количество туристов, посетивших Канаду и Россию, примерно одинаковое. Но и в этом случае мы не можем назвать место в рейтинге оптимальным – две страны близки

только по территориальным масштабам; учитывая культурный потенциал, отечественная туриндустрия способна занять гораздо более высокое место в мировом рейтинге.

Итак, специфика туристской отрасли в России состоит в том, что ее отставание от мировых лидеров не связано с отсутствием или недостатком интересных для путешественников мест. Поэтому, на наш взгляд, развитие отечественного въездного туризма неразрывно связано со становлением туризма внутреннего.

Внутренний туризм как основа въездного. Исследователи обращают внимание на большие перспективы экономического роста отечественной отрасли внутреннего туризма, аргументируя свои выводы, например, тем, что Россия занимает «5-е место в мире по числу природных объектов и 9-е – по количеству культурных» [1, с. 6]. При этом туристские ресурсы страны позволяют развивать содержательно разнообразные виды туризма. В частности, И. В. Логунцова упоминает «рекреационный, культурно-познавательный, деловой, активный, оздоровительный, экологический, сельский туризм» [4, с. 263]. Уникальная культура множества этносов, проживающих в России, создают предпосылки для этнического туризма [3]. В целом межрегиональный туристский бизнес способствует росту привлекательности территорий, обустройству уникальных объектов, развитию инфраструктуры гостеприимства, повышению качества услуг. Увеличение потока туристов-россиян влечет за собой рост международной популярности тех же маршрутов и наоборот.

Обоснованность этого вывода подтверждается экономическими последствиями Чемпионата мира по футболу в 2018 г. К спортивному празднику построено большое количество разнообразных объектов во многих городах России (дороги, вокзалы, гостиничные комплексы, стадионы и др.), что стимулирует поездки как зарубежных, так и отечественных путешественников. Причем это важно не столько для известных туристских центров (Москва, Санкт-Петербург), сколько для менее «раскрученных» территорий. Среди последних особенно выделяется г. Саранск, превратившийся за время проведения чемпионата из мало известной провинции в «город, где жил Роналду» [5].

Данный пример показывает: повышение привлекательности за счет развития инфраструктуры, проведения масштабных международных мероприятий приводит к становлению территорий в качестве известных туристских дестинаций, привлекающих как российских, так и иностранных туристов.

В то же время уровень развития внутреннего туризма в России не соответствует потенциальным возможностям, в первую очередь, по причине низкого платежеспособного спроса со стороны населения. Сопоставим показатели авиарейсов по популярным направлениям России и двух наиболее близких к ней по территории стран – США и Канады

[6] (данные на 15.01.2020 г. о покупке билетов на 01.05.2020 г.) со средними размерами заработной платы в месяц (см. табл. 1) [9].

Таблица 1

**Цены на авиабилеты по популярным направлениям
и средние размеры заработной платы в России, США и Канаде**

Показатель, единица измерения	Ед. измерения	Страна, направление перелета		
		Россия, Москва- Горно- Алтайск	США, Нью- Йорк- Лос- Анджелес	Канада, Монреаль- Калгари
Расстояние	км	3 800	3 937	3 527
Время перелета	часов	34,3	6,2	6,2
Количество пересадок	раз	1	0	1
Цена авиабилета	\$	148	123	345
Средний размер оплаты труда в месяц	\$	788	3 921	3 151
Доля цены билета в среднем размере заработной платы в месяц	%	19	3	11

Примечание: таблица составлена автором.

В абсолютном выражении цена авиабилета в России и США отличается незначительно, но ее доля в среднемесячной заработной плате у нас в 6 раз выше, чем в США, и почти в 2 раза выше, чем в Канаде. Причина – крайне низкие доходы населения, при которых авиаперелеты на большие расстояния практически недоступны для большинства россиян, что, в свою очередь, тормозит развитие как внутреннего, так и въездного туризма.

Транспортная инфраструктура. В приведенном выше примере (см. табл. 1), несмотря на практически одинаковое расстояние между городами, время перелетов существенно различается. В России выбранный маршрут занимает с пересадкой больше суток, что говорит о неразвитости авиационного транспорта в стране; в США и Канаде продолжительность полета на то же расстояние почти в 6 раз меньше. Реализация прямых рейсов между городами в России крайне затруднена, в том числе по причине недостаточного платежеспособного спроса, не позволяющего вкладывать финансовые средства в развитие авиационной инфраструктуры. Ситуация с железнодорожным сообщением тоже имеет негативные аспекты, среди которых главный – отсутствие высокоскоростных поездов и соответствующих им рельсовых систем. В результате переезд из пункта А в пункт Б может занимать 5 и более суток. Исключениями являются поезда, движущиеся в популярных направлениях: из Москвы в Санкт-Петербург, Казань, Нижний Новгород. Что касается автобусного сообщения, то этот вид транспорта в России еще менее развит из-за низкого качества дорог. Поэтому автомобильные поездки осуществляются в основном между населенными пунктами одного либо соседних регионов.

Реклама туристских продуктов. Во время пребывания в США в рамках студенческого обмена автору статьи приходилось много общаться с молодыми людьми из стран Европы, США, Карибского бассейна и Средиземноморья. Большинство из них никогда не были в России, не собираются ее посетить и ничего не слышали о природных и культурных достопримечательностях нашей страны. Это во многом объясняется неразвитостью в отечественной туристской отрасли рекламных и пиар-кампаний межгосударственного масштаба. В штате Калифорния центрами притяжения туристов являются Йосемитский национальный парк и национальный парк «Секвойя». При изучении особенностей этих локаций в Интернете турист видит множество рекламных статей, привлекающих его внимание, внушающих мысль о необходимости посещения этих объектов. В России природа Алтайского края не уступает уникальным местам «Золотого штата», но сопоставимой по привлекательности рекламы этого региона в Интернете нам найти не удалось.

У зарубежных организаторов туристической индустрии необходимо учиться способности привлекать внимание путешественников к самым, казалось бы, небольшим местным особенностям – например, к вкусной еде или всего лишь к оригинальному способу подачи кушанья. Наверное, каждый слышал о баварских колбасках, итальянском пармезане или супе, который подают в хлебе. Грамотные рекламные кампании по продвижению данных продуктов стимулируют желание приехать и попробовать все это. В России привязка конкретного места к особенному блюду, которое готовится только здесь, пока встречается редко.

Знание иностранных языков. Еще одним фактором, ограничивающим развитие въездного туризма, является низкий уровень владения населением иностранными языками. Острота данной проблемы в полной мере проявилась летом 2018 г. в ходе Чемпионата мира по футболу, когда иностранные туристы испытывали существенные затруднения при общении с россиянами, не владеющими в своей массе даже английским языком. По данным ВЦИОМ, в 2019 г. свободно владели английским всего 5% наших соотечественников [2]. Согласно рейтингу компании Education First, Россия занимает 39-е место из 70 стран по уровню владения английским языком и относится к странам «с низким уровнем владения» [8]. Без кардинального изменения описанной ситуации о прорыве в развитии въездного туризма говорить не приходится.

Не претендуя на полноту и окончательность выводов, проведенный анализ позволяет предложить ключевые направления решения выявленных проблем:

- увеличение платежеспособного спроса населения на услуги внутреннего туризма (рост заработной платы в бюджетном и коммерческом секторах);

- строительство транспортной инфраструктуры (аэропортов, скоростных железных и качественных автомобильных дорог), позволяющей кардинально снизить временные затраты на поездки и перелеты;

- продвижение отечественных туристских продуктов на международной арене, повышение качества рекламы российских дестинаций в Интернете;

- совершенствование системы изучения иностранных языков, доведение владения ими населения до уровня развитых стран.

Реализации данных направлений может способствовать целенаправленная экономическая политика государства, в рамках которой уже реализуются отдельные мероприятия. В сентябре 2019 г. утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г., одна из целей которой – «комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счет создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках» [10, с. 12]. Увеличение реальных доходов граждан названо приоритетом в послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию 15 января 2020 г. Позитивным шагом можно считать введение иностранного языка в качестве обязательного предмета ЕГЭ с 2022 г. Вместе с тем, на наш взгляд, системность развития всех элементов отрасли может обеспечить федеральная целевая программа развития туризма в стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бочарова И. Е., Орлова Е. Р., Мельник Е. П. Роль туристической отрасли в российской экономике // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – Т.11. – №28. – С. 2-9.
2. Иностранный язык: перспективная инвестиция? // ВЦИОМ – 2019. – Аналитический обзор №4068 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9924> (дата обращения 28.01.2020).
3. Козин В. В., Кирдяшкина Т. И. Мониторинг посещаемости объектов этнического туризма в Республике Мордовия в 2017 г. // Финно-угорский мир. – 2018. – Т.10. – №3. – С. 86-93.
4. Логунцова И. В. Специфика и перспективы российской индустрии туризма на современном этапе // Государственное управление. Электронный вестник. – 2015. – №52. – С. 259-275 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-i-perspektivy-rossiyskoy-industrii-turizma-na-sovremennom-etape> (дата обращения 08.02.2020).

5. На Форуме обсуждают влияние Чемпионата мира по футболу на повышение туристской привлекательности страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://culturalforum.ru/news/1541280533116-na-forume-obsudyat-vliyanie-chempionata-mira-po-futbolu-na-povyshenie-turisticheskoy-privlekatelnosti-strany> (дата обращения 19.01.2020).
6. Официальный сайт Aviasales.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aviasales.ru/> (дата обращения 15.01. 2020).
7. Россия получает лишь 0,67% денег от доходов мирового туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newizv.ru/news/economy/03-10-2018/rossiya-poluchaet-lish-0-67-deneg-ot-dohodov-mirovogo-turizma> (дата обращения 18.01.2020).
8. Россия стала 39-й из 70 стран по показателю владения английским языком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/03/11/2015/563866969a79474acfd69663> (дата обращения 23.01.2020).
9. Список стран по средней заработной плате [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_средней_заработной_плате (дата обращения 29.01.2020).
10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения 08.02.2020).
11. Топ-20 самых посещаемых стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/47175.html> (дата обращения 29.01.2020).