

УДК 913(470):338.48-026.912

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Логвина Е. В.

*Таврическая академия ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени
В. И. Вернадского», Симферополь, Российская Федерация
E-mail: vivat.log.1474@mail.ru*

Проанализировано развитие въездного туризма в Российской Федерации. Раскрываются проблемы и даются перспективные направления развития въездного туризма в Российской Федерации. Рассмотрены стратегии, применяемые при въездном туризме. Раскрываются перспективные направления импортозамещения туристского отдыха.

Ключевые слова: туризм, Российская федерация, въездной туризм, внутренний туризм, туристский поток, государственное регулирование туристской деятельности

ВВЕДЕНИЕ

Въездной туризм (или инкаминг) – это деятельность, направленная на создание пакетов туристических услуг предприятиями, работающими на территории принимающей страны, по размещению, питанию, транспортировке, организации досуга и т.д. и доведение их до иностранных потребителей. Въездной международный туризм – это путешествия, организуемые для граждан иностранных государств по территории своего государства, связанные с пересечением государственной границы с целью некоммерческой деятельности на срок от 1 суток до 1 года.

Развитие международного въездного туризма является не только источником валютных поступлений в экономическую систему страны, фактором стабилизации региональных рынков труда, но и способствует активизации отношений между странами-участницами туристического процесса. Развитие въездного туризма значительным образом влияет на общее состояние этой сферы. По расчетам специалистов, ее можно считать эффективной тогда, когда объемы въездного туризма вдвое больше объемов выездного. В связи с этим возникает необходимость активизации усилий на развитии инкаминга.

Характерными чертами инкаминга, как вида туристической деятельности являются:

- ориентация на иностранных потребителей, вызывает ряд трудностей, связанных с маркетинговыми исследованиями, продвижением национального турпродукта, его ценообразованием и реализацией;
- необходимость использования только услуг национальных поставщиков, уровень качества которых соответствует международным действующим стандартам (прежде всего это касается средств размещения);
- собственная нормативно-правовая база деятельности (в том числе, специализированные правовые акты о порядке регистрации, лицензирования, сертификации, обеспечения страхования и т.д.);
- необходимость ратификации многочисленных наднациональных правовых

актов и межгосударственных соглашений с целью углубления туристических взаимоотношений с иностранными государствами [1].

Особенностями въездного туризма являются:

1. Высокая степень информированности туроператора об особенностях качества туристических услуг национальных поставщиков, а также условиях (экономических и правовых) их производства.

2. Ориентированность туристического продукта на иностранного потребителя, требующая больших затрат на изучение рынка сбыта и реализацию продукта.

3. Особая роль государства, осуществляющего мероприятия по поддержке национального турпродукта.

4. Конкурентные преимущества отечественных туроператоров в создании качественного и привлекательного национального турпродукта.

5. Особые требования к квалификационному уровню сотрудников фирм-рецептивов: знание иностранных языков, совместная работа с туристическими поставщиками, услуги которых отвечают международным стандартам качества, знание правил налогообложения и бухгалтерского учета коммерческой деятельности по приему иностранных туристов.

6. Необходимым условием осуществления инкаминга является наличие у фирмы-рецептива полномочий по оказанию визовой поддержки прибывающим из-за рубежа туристам.

Экономическое значение въездного туризма для отраслевых и макропоказателей экономики в мировом масштабе очень велико. Туризм является высокодоходной отраслью, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей и перерабатывающей. В сфере въездного туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса.

Экономический рост в рецептивных регионах мира очевиден, поскольку обусловлен привлечением личных сбережений иностранных туристов, созданием активного потребительского рынка, а также ростом инвестиционной привлекательности. Рост производства и продажи национального туристического продукта приводит к созданию новых объектов туристической индустрии, что уже напрямую связано с ростом макроэкономических показателей и как следствие приводит к росту благосостояния граждан рецептивных регионов, так как: увеличивается количество рабочих мест, причем не только в сфере туризма; увеличивается количество предприятий туристической индустрии, растет их рентабельность и качество обслуживания; улучшаются местные условия жизни, поскольку растет забота о туристических ресурсах, экологии, безопасности туристов и местных жителей; повышается социальная защищенность местного населения в связи с ростом бюджетных поступлений от туризма [2].

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

В России имеется огромный потенциал для развития въездного туризма. Уникальные историко-культурные ценности, представленные культурно-

историческими объектами и территориями, а также природные достопримечательности позволяют развивать множество видов въездного и внутреннего туризма. Познавательный или экскурсионный, научный, фестиваль, деловой, религиозный, сельский, спортивный, экстремальный, горнолыжный, лечебно-оздоровительный, круизный, рыболовный и охотничий – далеко не полный перечень видов туризма, для которых имеются необходимые туристические ресурсы.

Проблематика международного туризма на современном этапе сводится к реконструкции не только составной части истории холодной войны, но и важной сферы международного сотрудничества. Кроме того, становление советского международного молодежного туризма стало частью туристической революции 1950-х гг.

Прием туристов характеризуется деятельностью по обслуживанию туристов, прибывающих в данный регион или туристский центр; загрузка перевозчиков, гостиниц, ресторанов – всей инфраструктуры туризма, приток денежной массы, а в случае иностранного туризма – валюты.

Прием туристов вызывает интенсивное создание рабочих мест в туристском регионе, способствует развитию экономики региона за счет эксплуатации местных туристских ресурсов и по формальному признаку, все зависит от экономико-политических факторов.

С введением конвертации рубля и выравнивания стоимости обслуживания произошли изменения, для ряда столичных фирм и туристских центров стало выгоднее принимать состоятельного туриста из Тюмени, чем относительно бедного и прижимистого немецкого туриста (см. Табл.1)

Таблица 1

Статистика въезда иностранных граждан в СССР и поездок советских граждан за рубеж [3].

Год	Прибытия иностранных граждан в СССР (тыс.)	Поездки советских граждан за рубеж (тыс.)
1956	486	561
1965	1263	1153
1975	3690	2450
1985	4339	2790
1988	6007	4243
1989	7752	8008
1990	7204	9086

Данные таблицы свидетельствуют, что до 1989 года происходил рост на посещение СССР, а в 1990 году в связи с распадом Советского Союза происходит снижение данного показателя; поездки же советских граждан значительно выросли в 1990 году по сравнению с 1989 годом.

Низкий уровень развития туризма в России не соответствует значительному туристскому потенциалу.

Хотя въездной туризм и обладает значительным потенциалом, являясь инструментом экономического развития, он не является «панацеей» от всех экономических проблем. Правительство должно приложить все усилия для оптимизации, а не максимизации прибыли от туризма, принимая во внимание те издержки, которые может повлечь за собой его развитие.

По данным рисунка 1 видим, что в 2012 году происходит спад по приему туристов принятых из других стран, это связано с неблагоприятными экономическими условиями.

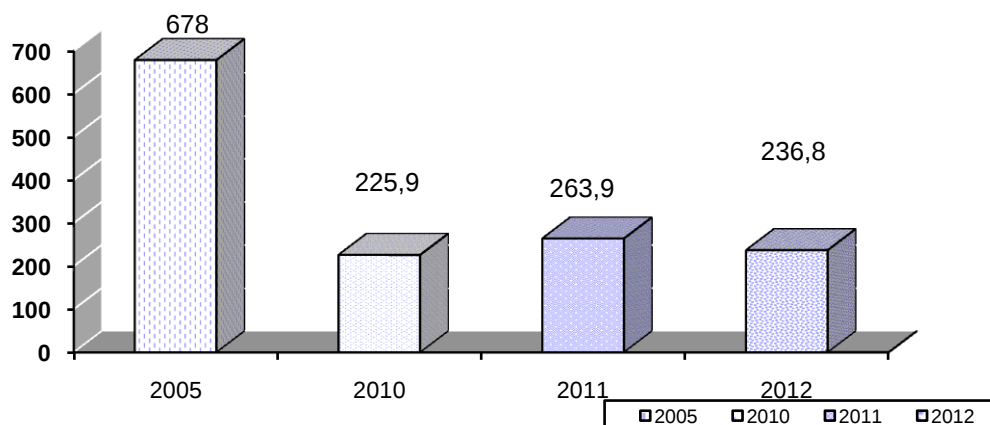


Рис.1. Динамика количества обслуженных туристов российскими компаниями (принятыми из других стран) с 2005–2012г. [4].

По данным Ростуризма, за 2014 год число посетивших Россию в туристических целях иностранных граждан сократилось на 3% по сравнению с 2013 годом. Правда, эти цифры примерно в 10 раз меньше, чем данные российских туроператоров (можно объяснить методологией расчетов). По оценкам туроператоров, на которых ссылается АТОР, турпоток сократился примерно на 35–40% [5].

На заседании Президиума Правительства Российской Федерации, которое состоялось 28 июля 2011 года под председательством Владимира Путина, утверждена федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

Реализация Программы позволит повысить конкурентоспособность отечественного туристского рынка, создать условия для развития туристской инфраструктуры, привлечь инвестиции в отрасль. Мероприятия Программы направлены также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров [6].

Целью Программы является повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Достижение цели Программы будет обеспечиваться решением следующих

основных задач:

Задача 1 «Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации»;

Задача 2 «Повышение качества туристских услуг»;

Задача 3 «Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках».

Повышение качества предоставляемых туристских услуг должно решаться не только с повышением уровня персонала, но и с финансированием данной статьи (см. Рис. 2).

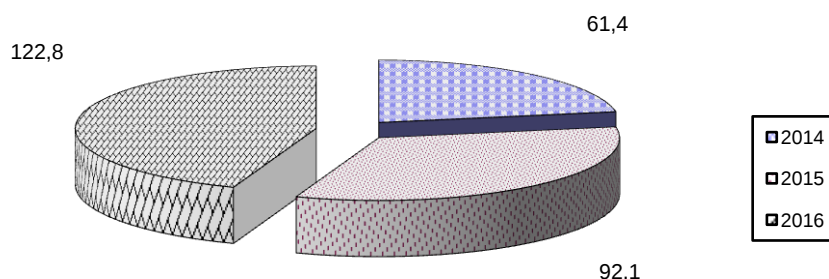


Рис. 2. Финансирование мероприятий, направленных на повышение качества туристских услуг в РФ с 2014–2016г.г. [4].

Из рисунка видим, что в 2016 году финансовых средств выделено в 2 раза больше чем, в 2014 году.

Поток туристов приезжающих в Россию увеличивается с каждым годом. Это и гости из стран СНГ, а так же и из дальнего зарубежья: финны, норвежцы, немцы, голландцы. В исторические регионы страны приезжают туристы из Испании, Франции, Австрии. Российские курорты пользуются популярностью и у азиатских гостей. Они охотно едут на черноморское и балтийское побережья.

Вложения в индустрию позволили развить инфраструктуру в исторических центрах страны. Для многих из них туризм является важным источником доходов. По доходам от иностранного туризма Россия находится сейчас во втором десятке европейских стран. Доля туризма в валовом внутреннем продукте России ничтожно мала – около 1,5% [7].

Основные проблемы российского туризма.

Одна из проблем российского туризма – это дороговизна отдыха в собственной стране. Это касается как высоких цен на проживание в гостиницах и пансионатах, так и дорогой авиаперевозке. И этими проблемами умело пользуются зарубежные операторы, выпуская на российский рынок огромное количество предложений недорогого отдыха в странах Греции, Италии, Испании, где уровень сервиса как правило превосходит тот, что могут предложить курорты Краснодарского края, причем цены из-за жесточайшей конкуренции туроператоров порой кричаще низкие.

Решение данной проблемы может заключаться в пересмотре тарифов на внутренние авиаперевозки. А также формирование турпакетов по образцу создание

зарубежных туров, что должно удешевить в целом стоимость тура. Решение этой задачи крайне актуально, т.к. рынок туризма будет расти, соответственно будет происходить и пополнение бюджета страны.

Вторая проблема – это слабая законодательная база. После отмены лицензирования на рынке появилось много новых туристических агентств, которые повлекли за собой необоснованные скидки для закрепления на рынке. Непрофессиональные агентства – это бич российского туризма.

Один способ решения данной проблемы – это создание саморегулирующей организации. С другой стороны законодательно закрепить работу турагентств только по прямым договорам от туроператоров.

Третья проблема – появление он-лайн бронирования. С одной стороны удобство для туриста очевидно, но с другой – к кому обращаться за компенсацией, если туристу не будет оказана та или иная оплаченная услуга. Требуются законодательные решения в этом вопросе.

Четвертая проблема – туроператорский демпинг. В борьбе за рынок операторы готовы продавать туры ниже себестоимости, тем самым разрушая этот рынок собственными силами.

Данный вопрос очень сложный еще и потому, что нет единого видения по решению этого вопроса. Разногласия между Роспотребнадзором и Минспорттуризма очевидны.

Пятая проблема – плохая инфраструктура в стране. Нехватка недорогих гостиниц в России, плохая инфраструктура отпугивает иностранцев от посещения нашей страны. Бюджет страны мог значительно пополниться за счет туризма. Но дальше Москвы и Санкт-Петербурга иностранные туристы практически не выезжают. Алтай, Байкал, Дальний Восток – красивейшие территории нашей страны могут поразить своим величием любого туриста.

Очень важно активизировать при поддержке экспертов мировой туристической индустрии процесс формирования современного российского турпродукта, ориентированного и на российских, и на зарубежных туристов. Необходимо расширение ассортимента столичных туристских и экскурсионных программ, оптимизацию событийного календаря, развитие туристской инфраструктуры, взаимодействия гостиниц, туроператоров, турагентов и музеев. Препятствием для роста турпотока в Россию остается визовая проблема.

Одним из важных принципов влияния на развитие въездного туризма является необходимость управления национальным туристическим продуктом, к которому относят следующие основные составляющие:

- формирование стратегии развития въездных туристических потоков;
- управление номенклатурой въездных туров;
- контроль качества национального туристского продукта.

Нельзя не учитывать и неравномерности развития туристической инфраструктуры по территории страны, сложившаяся исторически. Развитие уже сложившихся и конкурентоспособных туристических центров, возможно, планировать, используя стратегию радиального развития. Сущность ее заключается в последовательном прохождении принимающим регионом ряда этапов.

На начальном этапе должно проводиться максимально возможное углубление предложений туристического продукта за счет расширения гостиничной базы, транспортных, экскурсионных и анимационных услуг, что позволяет принимать туристов с разным уровнем доходов, которые совершают путешествия любой целевой направленности и продолжительности.

На втором этапе предполагается постепенное включение в турпродукт соседних (не далее 300 км от туристического центра) туристических ресурсов или объектов показа как дополнительной или обязательной экскурсии (без ночевки) и дальнейшая популяризация этих объектов.

Третий этап сводится к составлению комбинированных туров, которые предусматривают не только экскурсионное посещение, но и туристическое (т.е. с ночевкой). Суть третьего этапа состоит в диверсификации туристического потока и возможности его перераспределения в пользу ранее неизвестных туристических центров, а также в преобразовании туристического центра в еще более значительный транзитный пункт.

На заключительном, четвертом, этапе начинается автономизация, т.е. превращение ранее малоизвестных объектов в значительные туристические центры со своей собственной туристической инфраструктурой и определенным уровнем популярности среди посетителей. Далее такие центры начинают расширять свою номенклатуру, формируют и популяризуют новые объекты показа, постепенно охватывая все большую территорию страны. Считается, что такая стратегия практически безрисковой, хотя она приводит к стремительному росту негативного влияния въездного и внутреннего туризма в результате значительного увеличения количества прибытий без обеспечения равномерности распределения турпотока по территории.

Точечная стратегия развития въездного туризма оптимальна для таких его видов как сельский, аграрный, экологический, охота, рыболовство. Согласно ей, развитие точечного туристического центра происходит автономно, без связи с окружающими территориями. При этом необходимо решить проблему транспортного обеспечения. Как правило, используются автомобили повышенной проходимости, малая авиация, малотоннажный флот. Самым большим преимуществом этой стратегии является именно устойчивое развитие отдаленных территорий, то есть обеспечение экологической составляющей туризма.

Еще одной стратегией развития является стратегия рекреационного районирования. Она базируется на развитии в конкретных регионах определенных видов туризма и типов въездных туров формирует специализированную на приеме определенного контингента посетителей туристическую зону.

Главной идеей стратегий рекреационного районирования является специализация туристической зоны на организации туров, в которых она имеет конкурентные преимущества, и отказ от производства (или незначительное развитие по сравнению с основным направлением) и продвижение непрофильного туристического продукта.

Положительными моментами данной стратегии являются:

- перспективное позиционирование туристического региона на туристической

карте мира с определенной оптимальной специализации ;

- идентификация региона с определенным видом туризма в сознании иностранных потребителей;

- концентрация усилий на работе с узким сегментом потребителей.

Они же являются и отрицательными моментами, поскольку:

- не позволяют использовать весь имеющийся туристический потенциал;

- создают неравномерность распределения туристических потоков

- как правило, очень зависят от сезонности

- создают нездоровую конкуренцию между регионами, которые оказывают идентичные услуги.

Могут применяться все названные стратегии развития национального въездного туризма, поскольку все они имеют свои преимущества и недостатки. В то же время, желательно придерживаться следующих принципов:

1) Страна должна развиваться как страна всесезонного туризма, что делает возможным наличие широкого спектра туристических ресурсов;

2) Въездные туры не должны быть только узкой специализации, даже если их организуют региональные туроператоры;

3) В распределении въездных международных туристических потоков должны принимать участие как можно больше регионов;

4) Для достижения ценовых преимуществ туристическое руководство страны и регионов должно ориентироваться на туристические рынки сопредельных государств.

5) Должен развиваться значительно шире конгрессный, событийный туризм.

Нужно развивать номенклатуру въездных туров вширь и вглубь. Под шириной понимают наличие в предложениях отечественных туроператоров большого количества географических направлений въездного туризма, привлекательных для иностранного потребителя в течение всего года. С другой стороны, расширение номенклатуры требует усиления контроля государственных и местных органов за поддержанием требуемого качества туристического продукта, а больше всего – за созданием условий безопасности для приезжающих туристов и, в то же время, недопущением распространения криминализации, незаконной миграции, контрабанды и других преступлений, которые стимулируются развитием международного туризма. Глубина номенклатуры въездных туров определяется возможностями модификации (возможности изменения отдельных характеристик тура) туристических поездок в одном направлении. Для этого можно изменять его характеристики:

- продолжительность туристической поездки;

- условия размещения во время поездки;

- качество транспортных услуг, заложенных в туристический пакет;

- цель туристической поездки [8].

В рамках Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р, и государственных программ Российской Федерации предусматриваются мероприятия в сфере туризма, перед которой стоят следующие задачи: закрепление и удержание достигнутых результатов;

переориентация части потребительского спроса россиян на внутренний туризм; привлечение иностранных туристов; реализация стратегической роли туризма в духовном развитии, воспитании патриотизма и просвещении; обеспечение роста качества жизни населения [3].

Стратегия является неотъемлемой частью Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р, и полностью коррелирует с задачами государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы, а также продолжает реализовывать запланированные в предыдущие годы мероприятия в сфере туризма. Стратегия полностью учитывает мировые тенденции и современное состояние отрасли в контексте текущих и перспективных задач государственного управления в сфере экономики, культуры, работы с детьми и молодежью, социального обеспечения граждан, физической культуры и спорта, образования, содействия занятости и сохранения природных и культурно-исторических ресурсов нашей страны. В соответствии с положениями Стратегии необходимо разработать план мероприятий по ее реализации.

Стратегия закладывает основу для понимания перспективных задач, стоящих перед отраслью, и является инструментом формирования планов работы органов исполнительной власти и участников туристического бизнеса всех уровней, а также ориентации предпринимательской инициативы граждан в сфере туризма.

Объем бюджетных ассигнований консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации, направленных на достижение целей и решение задач Программы определен на основе данных субъектов Российской Федерации, а также Федерального казначейства, и составляет 1920747089,87 тыс. рублей, в том числе:

- 1) 2013 год – 205672614,65 тыс. рублей;
- 2) 2014 год – 207139373,61 тыс. рублей;
- 3) 2015 год – 223135429,15 тыс. рублей;
- 4) 2016 год – 234096068,05 тыс. рублей;
- 5) 2017 год – 245432515,41 тыс. рублей;
- 6) 2018 год – 257039986,65 тыс. рублей;
- 7) 2019 год – 268458642,28 тыс. рублей;
- 8) 2020 год – 279772459,63 тыс. рублей.

Ассигнования консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации, направленные на достижение целей и решение задач Программы по подпрограммам и федеральным целевым программам распределяются в следующих объемах:

По подпрограмме «Наследие» – 913279829,14 тыс. рублей;

По подпрограмме «Искусство» – 913279829,14 тыс. рублей;

По федеральной целевой программе «Культура России (2012–2018 годы)» – 3764170 тыс. рублей;

По подпрограмме «Туризм» – 66386061,6 тыс. рублей;

По федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» – 24037200 тыс. рублей.

Ожидаемые результаты реализации Программы:

- укрепление единого культурного пространства России как исторического государства-цивилизации, а также духовного единства многонационального народа Российской Федерации;
- утверждение государственного суверенитета как высшей ценности российского народа [8].

ВЫВОДЫ

Субъектом туристической деятельности во въездном туризме является фирма – рецепт (или принимающая туристическая фирма), потребителем является иностранный турист, то есть по определению ВТО, любое лицо, которое путешествует в какую-либо страну, не являющуюся страной его обычного местожительства и находящуюся за пределами его обычной среды на срок, не превышающий 12 месяцев, главной целью которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемой стране.

Экономическое значение въездного туризма для отраслевых и макропоказателей экономики в мировом масштабе очень велико. Туризм является высокодоходной отраслью, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей и перерабатывающей. В сфере въездного туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса.

Основные проблемы российского туризма.

Одна из проблем российского туризма – это дороговизна отдыха в собственной стране.

Вторая проблема – это слабая законодательная база.

Третья проблема – появление он-лайн бронирования.

Четвертая проблема – туроператорский демпинг.

Пятая проблема – плохая инфраструктура в стране.

Возможности развития внутренних направлений туристического отдыха Ростуризм охарактеризовал весьма положительно. По мнению представителя этой государственной организации, цены на отдых внутри России в меньшей степени зависят от колебаний курсов валют, а значит, внутренний туризм становится более выгодным.

Чтобы поддержать эту тенденцию, государство планирует реализовать следующие меры:

- создать новые уникальные туры, которые привлекут туристов в различные субъекты Российской Федерации;
- стимулировать улучшение качества обслуживания;
- сделать отдых в России привлекательным не только для россиян, но и для иностранных граждан.

Ожидается, что правительство будет стимулировать развитие местного туристического бизнеса в различных регионах страны.

Новые задачи стоят перед сферой туристских услуг в связи с вхождением в состав Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и г. Севастополя. Сегодня стоит задача интеграции указанных субъектов Российской

Федерации в систему управления сферой туризма Российской Федерации, смягчения негативных эффектов переходного периода и обеспечения развития туризма, а также повышения качества жизни населения Республики Крым и г. Севастополя.

Традиционно популярные места отдыха россиян в Республике Крым увеличивают привлекательность внутреннего туризма, что накладывает дополнительную ответственность на органы исполнительной власти в сфере туризма за качество услуг и объектов туристской инфраструктуры, безопасность туристов, обеспечение рабочих мест и вклада туризма в бюджет Российской Федерации.

Россияне активно начали осваивать новую территорию как импортозамещение (Греция, Турция, ОАЭ и т.д.), однако низкая транспортная пропускная способность паромных и авиамаршрутов несколько ограничила мощность туристического потока. Необходимо проанализировать все разработанные и принятые в России документы и концепции развития туризма, чтобы интегрировать Крым в общероссийские программы.

Список литературы

1. Что такое въездной международный туризм? [Электронный ресурс]. <http://tourfaq.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/>
2. Российский союз туриндустрии Законодательная база туристической деятельности [Электронный ресурс]. http://www.rostourunion.ru/proekty_v_rst/zakonodatel_no-normativnaya_baza_turistskoyi_deyateli_nosti/
3. Туризм в цифрах 2002. М., 2003.
4. Туризм и туристские ресурсы в России. 2000: Стат. сб./ Росстат. – М., 2004.
5. Каким будет для туризма 2015 год. Ассоциация Туроператоров России. [Электронный ресурс]. <http://yandex.ru/clck/jsredir?text=www.atorus.ru&from=yandex.ru%3Bsuggest%3Bweb&state=dtype%3Dsted%2Fpid%3D1%2Fcid%3D71613%2Fpart%3Dwww.%2520ator%2Fsuggestion%3Dwww.atorus.ru%2Fregion%3D977%2F%2A&data=url%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.atorus.ru%26ts%3D1455295016%26uid%3D851930321357147872&sign=3a60f8e36fa8ca1553b6576cfc5eee0&ref=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F&keyno=0&l10n=ru>
6. Разработка 11 новых Российских кластеров [Электронный ресурс]. <http://www.tourprom.ru/news/27520/>
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. <http://www.gks.ru/>
8. Основные принципы организации въездного туризма. [Электронный ресурс]. <http://tourfaq.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/>

THE INTERNATIONAL EXPERIENCE IN THE SPHERE OF DEVELOPMENT OF TOURISM (ON THE EXAMPLE OF GERMANY)

Logvina E. V.

*V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation
E-mail: vivat.log.1474@mail.ru natastrachkova@rambler.ru*

Entrance tourism (or an inkaming) is the activity directed to creation of packages of tourist services by the enterprises working at the territory of the host country for placement, food, transportation, the organization of leisure, etc. and finishing them to foreign consumers.

Economic value of entrance tourism for branch and macroindicators of economy is on a global scale very big. In the sphere of entrance tourism interests of culture and transport, safety and the international relations, ecology and employment of the population, hotel business and health resort are closely bound. Economic growth in receptive regions of the world is obvious as it is caused by attraction of personal savings of foreign tourists, creation of the active consumer market, and also growth of investment appeal. Increase in production and sales of a national tourist product leads to creation of new objects of the tourist industry that is directly connected with growth of macroeconomic indicators and as a result leads to growth of welfare of citizens of receptive regions as: the quantity of workplaces, and not only in the sphere of tourism increases; the number of the enterprises of the tourism industry increases, their profitability and quality of service grows; local living conditions as the care of tourist resources, ecology, safety of tourists and locals grows improve; social security of local population in connection with growth of the budgetary receipts from tourism increases. Though entrance tourism also has considerable potential, being the instrument of economic development, it isn't «panacea» from all economic problems. The government has to use the best efforts for optimization, but not maximizing profit on tourism, in view of those expenses which his development can cause. According to Rostourism, for 2014 the number visited Russia in the tourist purposes of foreign citizens was reduced by 3% in comparison with 2013. However, these figures are about 10 times less, than data of the Russian tour operators (it is possible to explain with methodology of calculations). By estimates of tour operators to whom ATOR refers the tourist's stream was reduced approximately by 35–40%. Less tourists from Finland (minus 27%), the USA (–18%), Great Britain (–15%) and some other countries began to go, but growth of a stream from the countries of Asia was noted.

At a meeting of Presidium of the Government of the Russian Federation which has taken place on July 28, 2011 under the chairmanship of Vladimir Putin, the federal target program «Development of Internal and Entrance Tourism in the Russian Federation (2011 – 2018 Years)» is claimed. Implementation of the Program will allow to increase competitiveness of the domestic tourist market, to create conditions for development of tourist infrastructures to attract investments into branch. Actions of the Program are directed also to increase of efficiency of advance of a national tourist product in the internal and international markets, improvement of system of training. The purpose of the Program is increase of competitiveness of the Russian tourist market satisfying needs of the Russian and foreign citizens for high-quality tourist services.

Achievement of the purpose of the Program will be provided with the solution of the following main objectives:

Task 1 «Development of a tourist and recreational complex of the Russian Federation»;

Task 2 «Improvement of quality of tourist services»;

Task 3 «Advance of a tourist product of the Russian Federation in the world and internal tourist markets»

Main problems of the Russian tourism.

One of problems of the Russian tourism is a high cost of rest in own country.

The second problem is a weak legislative base.

The third problem – emergence of online booking.

According to the representative of this state organization, the price of rest in Russia to a lesser extent depend on rate fluctuations of currencies, so, internal tourism becomes more favorable. To support this tendency, the state plans to realize the following measures:

- It is expected that the government will stimulate development of local travel business in various regions of the country.

Among the directions of the Russian rest by the indisputable leader in 2015 there will be Greater Sochi which after the Olympic Games has turned into the universal year-round resort capable to compete with many world directions. From June to September this part of the Black Sea coast turns into the center of beach rest, and from November to March near Krasnaya Polyana ski resorts function. Russians have actively begun to develop the new territory as import substitution, however low transport capacity ferry and aviaroutes has a little limited the power of a tourist stream.

Keywords: tourism, Russian Federation, entrance tourism, internal tourism, tourist stream, state regulation of tourist activity

1. Chto takoe vezdnoj mezhdunarodnyj turizm? (What is inbound international tourism?) [Jelektronnyj resurs]. <http://tourfaja.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/>
2. Rossijskij sojuz turindustrii Zakonodatel'naja baza turisticheskoy dejatel'nosti (Russian Union of Travel Industry Legal framework of tourist activity)[Jelektronnyj resurs]. http://shhshhshh.rostourunion.ru/proekty_v_rst/zakonodatel_nonnormativnaja_baza_turistskoy_dejatel_nosti/
3. Turizm v cifrah (Tourism in Figures) 2002. M., 2003
4. Turizm i turistskie resursy v Rossii (Tourism and tourist resources in Russia). 2000: Stat. sb./ Rosstat. – M.,2004.
5. Kakim budet dlja turizma 2015 god. Associacija Turoperatorov Rossii (What will be for tourism in 2015. Association of Tour Operators of Russia). [Jelektronnyj resurs]. <http://jandeh.ru/clck/jsredir?teht=shhshhshh.atorus.ru&from=jandeh.ru%3Bsuggest%3Bshheb&state=dt%3Dtype%3Dsted%2Fpid%3D1%2Fcid%3D71613%2Fpart%3Dshhshhshh.%2520ator%2Fsuggestion%3Dshhshhshh.atorus.ru%2Fregion%3D977%2F%2A&data=url%3Dhttp%253A%252F%252Fshhshhshh.atorus.ru%26ts%3D1455295016%26uid%3D851930321357147872&sign=3a60f8e36fa8ca1553b6576cfc5eee0&ref=https%3A%2F%2Fshhshhshh.jandeh.ru%2F&keyno=0&l10n=ru>
6. Razrabotka 11 novyh Rossijskih klasterov (Development of 11 new Russian clusters) [Jelektronnyj resurs]. <http://shhshhshh.tourprom.ru/neshhs/27520/>
7. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki (Rosstat) [Jelektronnyj resurs]. <http://shhshhshh.gks.ru/>
8. Osnovnye principy organizacii vvezdnogo turizma (Basic principles of organization of inbound tourism). [Jelektronnyj resurs]. <http://tourfaja.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/>

26