

Абдусаламов Джамал Русланович
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Зарубежный опыт развития туризма

Аннотация. Сфера туризма постоянно развивается, расширяется и совершенствуется. Зарубежный опыт свидетельствует о необходимости и важности положительной динамики роста и совершенствования сферы туризма как для социально-экономического развития отдельных регионов, так и для развития экономики страны в целом. В современном мире государство с целью повышения престижа, привлечения инвесторов, пополнения бюджета должно всячески способствовать развитию туризма на территории своей страны, поддерживать туристические организации как на законодательном уровне, так и финансово. В условиях жесткой конкуренции без постоянного самосовершенствования и государственной поддержки туроператорам просто не выжить. Необходимо развивать как внутренний, так и въездной туризм.

Ключевые слова: туризм, проблемы, развитие, зарубежный опыт, государственное управление.

Abdusalamov Jamal Ruslanovich
Financial University under the Government of the Russian Federation

Foreign experience in tourism development

Abstract. The tourism industry is constantly evolving, expanding, and improving. International experience demonstrates the necessity and importance of positive growth and improvement in tourism for both the socioeconomic development of individual regions and the overall national economy. In today's world, to enhance its prestige, attract investors, and replenish the budget, the state must actively promote tourism development within its borders, supporting tourism organizations both legislatively and financially. In a highly competitive environment, tour operators simply cannot survive without constant self-improvement and government support. Both domestic and inbound tourism must be developed.

Keywords: tourism, problems, development, foreign experience, public administration.

Роль туристической отрасли в мире постоянно возрастает, что связано со значительным уровнем ее влияния на социально-экономическое положение отдельной страны. Развитие туристической сферы позволяет современным государствам добиваться подъема национальной экономики. В современных условиях развитие туристической индустрии, формирование туристической привлекательности территорий является одним из стратегических направлений социально-экономической деятельности современных государств.

Российская Федерация имеет значительный потенциал для развития туризма. Природное и культурно-историческое многообразие страны позволяет развивать практически все виды туризма. Внутренний туризм является важным моментом в развитии туризма в целом, так как высокий уровень спроса на внутренний туризм создает благоприятные условия и предпосылки для развития международного туризма: создаются новые, качественные объекты размещения внутри страны, развиваются туристские центры, места досуга и развлечений, улучшаются транспорт и связь.

Одной из главных проблем российского туризма является высокая цена на отдых в собственной стране, причем дорого обходится как проживание, так и авиаперевозки.

Второй проблемой местного туризма является недостаточно проработанная законодательная база: после отмены лицензирования появилось много новых туристических агентств, которые повлекли за собой необоснованные скидки для закрепления на рынке.

Третьей проблемой является появление онлайн-бронирования. Безусловно, это удобно и экономно для туриста с точки зрения временных затрат, но с другой – в случае возникновения каких-либо проблем, не к кому обращаться за помощью и/или компенсацией. Необходимо решение данного вопроса на законодательном уровне. Четвертая проблема связана с туроператорским демпингом. В борьбе за рынок операторы готовы продавать туры ниже себестоимости, тем самым разрушая его собственными силами.

Следующая проблема вызвана отсутствием удовлетворительной инфраструктуры, что делает российские курорты непривлекательными для иностранных туристов, хотя они могли бы значительно пополнить бюджет страны. Туристы за свои деньги хотят получить не только развитую инфраструктуру, но и комфорт, надлежащий уровень качества обслуживания, образованного, способного заинтересовать гида [1].

Анализ опыта различных зарубежных стран показывает, что успех развития туризма во многом зависит от того, как на государственном уровне воспринимается данная отрасль, и как государственные институты поддерживают данную сферу. Государственные программы должны способствовать развитию туристского бизнеса, формированию туристических центров, созданию необходимой инфраструктуры, а также рекламы и информационного обеспечения.

В странах, где развита туристическая отрасль, осуществляют свою деятельность организации, которые подчинены, как правило, министерствам, занимающиеся разработками национальных программ развития туризма. Рассмотрим некоторые из них.

В Великобритании сферой туризма руководит Министерство культуры, зрелищ и спорта, которому напрямую подчиняется орган, который отвечает за туризм - British Tourist Authority (BTA). В рамках своей деятельности данная организация занимается привлечением потоков иностранных туристов в страну, а также развитием внутреннего туризма. Кроме того, эта организация проводит консультации с правительством и другими государственными учреждениями, которые связаны с туристической сферой. Именно поэтому, по инициативе администрации за пределами страны проводятся рекламные кампании через сеть офисов и представителей.

В Италии сильно развито правовое регулирование сферы туризма, имеется Департамент по туристической деятельности, который занимается координацией деятельности региональных туристских администраций, разрабатывает нормативно отраслевые документы национального характера, исследует и обрабатывает статистические данные. На международном туристском рынке Италию представляет Национальное управление по туризму (ENIT), которое финансирует государство. Главной функцией этой организации является организация рекламно-информационной работы, проведение маркетинговых исследований, координация действий зарубежных и местных туристических организаций.

В Испании туристическая деятельность на общенациональном уровне определена Законом «О компетенции в области туризма» и Декретом «О деятельности частных туристских предприятий» от 14 января 1965 года. Кроме общенационального закона, каждая из семнадцати автономий имеет свое собственное законодательство по туристической деятельности, основные положения которого соответствуют вышеуказанному закону. Статьи по туризму регулируют отношения между продавцом туристского продукта и туристом, а также ряд условий, на которых юридическим и физическим лицам разрешается заниматься туристским бизнесом, порядок предоставления туристам своих услуг, а также предусмотрены меры контроля со стороны государства и порядок применения санкций к нарушителям [4].

В Израиле существует Министерство туризма. Бюджет расходуется на финансирование различных мероприятий, связанных с презентационной, информационной, выставочной деятельностью по всем странам мира. Некоторая часть средств предназначена для организации и проведения разного рода конференций, консалтингового обслуживания, издания рекламных материалов.

Вопросами регулирования туристической деятельности во Франции занимается Министерство транспорта и общественных работ. В его структуре находятся Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. Данные органы занимаются вопросами управления и регулирования туристической отрасли, инвестирования и международных отношений в сфере туристского бизнеса. Также на региональном уровне действуют представители центральной исполнительной власти, в круг обязанностей которых входит решение вопросов развития туристической сферы. Данные органы власти подчиняются непосредственно префектам и их деятельность направлена на координацию местных инициатив в туристической отрасли.

В Швейцарии всеми вопросами сферы туризма занимается Центральное ведомство по туризму (ЦВТ), являющееся одновременно и самым крупным национальным рекламным агентством.

В Индонезии делами туризма заведует специальное ведомство, имеющее широкие полномочия в области защиты прав туристов. Существует и туристская полиция, осуществляющая надзор и контроль над всеми предприятиями туристского бизнеса. принимает участие в разрешении конфликтов с участием туристов.

Содействовать развитию туризма необходимо еще и с целью повышения уровня занятости населения, уменьшения трудовой миграции, усиления деловой активности, формирования позитивного туристического имиджа, уменьшению дефицита валютных платежей в стране, усилению экономики, развитию производства товаров и услуг, прямо или косвенно удовлетворяющих туристские нужды и желания. Также необходимо привлекать предпринимателей к созданию туристических информационных центров, созданию туристической маркетинговой стратегии.

Анализ и обобщение программ развития туризма в зарубежных странах с точки зрения их приоритетов и целей, а также разного рода мер, позволяет сделать следующие выводы (рисунок 1).



Рис. 1. Комплекс мер, реализуемых для устойчивого развития туризма в зарубежных странах [3]

К основным направлениям относятся инвестиции в инфраструктуру и услуги, связанные с поездками; региональное развитие и поощрение местных сообществ активно участвовать в индустрии; соблюдение безопасности; расширение спектра туристических продуктов.

Реализация долгосрочной политики, стратегий и планов является неотъемлемым условием достижения устойчивого роста туризма. Правительства большинства стран внедряют новые стратегии для переориентации подхода к развитию отрасли. Итеративность процесса разработки таких стратегий предоставляет национальным отраслевым органам управления возможность получить более точные и обширные сведения о влиянии туризма на национальную экономику, выявить факторы, влияющие на его развитие, и скорректировать будущие планы.

Стратегии туризма обычно рассчитаны на 5-10 лет. Общие для большинства стран направления развития включают цифровизацию, конкурентоспособность, маркетинг, повышение качества туристских продуктов, навыков и устойчивости. Другие вопросы подразумевают региональное развитие, продление туристического сезона, участие общества, стимулирование инвестиций в отрасль [6].

Очевидно, что в основе успешного туристического сектора находится высококачественный и разнообразный туристический продукт, отражающий ландшафт страны, ее наследие и другие ресурсы и формируемый под влиянием запросов потребителей. В основе успешной разработки туристического продукта лежит ряд принципов:

- комплексный подход, включающий в себя инвестиции в поддержку транспортной инфраструктуры и туристических услуг, а также в конкретный продукт назначения [2];

- долгосрочные программы приоритеты и цели, которые могут со временем меняться, более эффективны, чем краткосрочные инициативы, основанные на проектах;
- сильные субнациональные партнерства для координации и реализации стратегий и программ [5].

В рамках разработки предложений по развитию индустрии туризма можно предложить четыре приоритета, которые будут способствовать устойчивому росту и обновлению туристического сектора в Российской Федерации: поддержка устойчивого развития; реагирование на цифровую трансформацию; повышение доступности с учетом потребностей туристического сектора; обеспечение операционной среды, поддерживающей конкурентоспособность.

Выделяют следующие основные меры для развития туризма с целью повышения их вклада в развитие отечественной экономики:

- 1) оптимизация взаимодействия государственного и частного секторов с помощью центров развития туризма;
- 2) новые механизмы финансирования;
- 3) обеспечение цифровых и аналитических преобразований в туристическом секторе, включая повышение цифровой компетенции туристического бизнеса: обеспечение корпоративного обучения для развития компетенции туристического бизнеса и облегчение доступа к продуктам через электронные каналы; улучшение содержания, охвата и доступности онлайн-сервисов; содействие развитию инфраструктуры цифрового бизнеса.
- 4) развитие компетенций местного самоуправления в сфере управления туризмом;
- 5) продвижение регионов страны;
- 6) активизация международных деловых мероприятий;
- 7) маркетинг туризма: укрепление регионального сотрудничества между столичной зоной и регионами; продвижение усилий по привлечению и активизации иностранных инвестиций с помощью маркетинговых коммуникаций; подготовка маркетинговых материалов по природному туризму для туристических предприятий и организаций.
- 8) развитие круглогодичного турпотока за счет: разработки туристических продуктов и структур услуг в рамках тем природного, оздоровительного, гастрономического, культурного и устойчивого туризма; подготовки программы действий для решения проблемы несоответствия рабочей силы в туристической отрасли; анализа воздействия пандемии, переноса выходных дней и школьных каникул на туристическую индустрию.

Подводя итоги, можно отметить, что в туристической гонке всегда выигрывают страны, комплексно развивающие туризм, что подразумевает мощную государственную поддержку на постоянной основе, высокий уровень качества образования в сфере туризма и предоставления услуг, частно- государственное партнерство на взаимовыгодных условиях, маркетинг туристических услуг за рубежом.

Список источников

1. Будник В.Н., Силина Е.Д., Николаева Н.А. Современный опыт развития туризма в России и за рубежом: основные проблемы // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 4-12.
2. Бушуева И.В. Новые стратегические приоритеты развития туризма в России // Сервис plus. 2019. Т. 13. № 4. С. 25-33.
3. Григорьева В.В., Иванова Ю.О., Андреев Н.В. Анализ лучших практик устойчивого развития индустрии туризма: опыт зарубежных стран // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2021. № 6. С. 119-130.
4. Кабанова Е.Е., Егоршев И.А. Зарубежный опыт развития туризма // Материалы афанасьевских чтений. 2016. № 3(16). С. 46-51.

5. Поздняков К.К., Вержак В.А. Роль и потенциал туристской индустрии регионов СКФО в Российской Федерации // Экономика. Бизнес. Банки. 2019. Т. 8. С. 58-68.

6. Полухина А.Н. Перспективы устойчивого развития сферы туризма: инновационные подходы и модели (sharing-экономика) // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. 2020. № 1. С. 77-80.

Сведения об авторах

Абдусаламов Джамал Русланович, студент 4 курса, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Научный руководитель

Алиева Патимат Руслановна, к.э.н., доц. кафедры экономики труда и управления персоналом, Дагестанский государственный университет, г. Махачкала, Россия

Information about the author

Abdusalamov Jamal Ruslanovich, 4th year student, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Scientific supervisor

Alieva Patimat Ruslanovna, Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Labor Economics and Personnel Management, Dagestan State University, Makhachkala, Russia