

Министерство экономики Свердловской области

**Стратегия развития внутреннего и въездного туризма в
Свердловской области на период до 2030 года**

Екатеринбург - 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Раздел 1. Мировые тренды развития туристской отрасли - условия обеспечения конкурентоспособности Свердловской области на рынке туристских услуг в долгосрочной перспективе.

Раздел 2. Туристский потенциал и состояние сферы туризма в Свердловской области.

Раздел 3. Стратегические цели, задачи, направления, мероприятия и механизмы развития туризма Свердловской области.

Раздел 4. Основные сценарии и результаты реализации Стратегии.

Под «Стратегией развития туризма в Свердловской области на период до 2030 года» (далее – Стратегия) понимается взаимосвязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность целевых программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического характера, обеспечивающая эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в Свердловской области.

Стратегия является основным документом стратегического планирования туристской индустрии в рамках общей «Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020г.».

Реализация настоящей Стратегии должна обеспечить вклад туристской индустрии в решение следующих стратегических задач современного этапа экономического развития Свердловской области:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста. Для этого за счет высоких темпов роста туристская индустрия (с учетом смежных отраслей) должна обеспечить свой вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития;
- повышение уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей Свердловской области;
- повышение конкурентоспособности экономики путем повышения привлекательности Свердловской области как туристского направления;
- обеспечение сбалансированного социально-экономического развития муниципальных образований, включая моногорода, за счет увеличения доли туризма в валовом региональном продукте Свердловской области.

Стратегия разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» («Собрание законодательства РФ», 1996, 2 декабря, № 49);
- Законом Свердловской области от 31 декабря 1999 г. № 51-ОЗ «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области» («Областная газета», 2000, 11 января, № 3-4;

- Областной целевой программой «Развитие туризма в Свердловской области» на 20011-2016 гг., утвержденной Постановлением Правительства Свердловской области от 11 октября 2010 г. № 1475-ПП, с учетом изменений внесенных Постановлением Правительства Свердловской области от 22 октября 2012 г. № 1168-ПП

- Постановлением Правительства Свердловской области от 27 августа 2008 г. № 873-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года»;

- Рекомендациями WTO (World Tourism Organisation – Всемирной туристской организации ООН) и WTC (World Travel and Tourism Council – Всемирного Совета по путешествиям и туризму), РСТ (Российского Союза Туриндустрии),

- Рекомендациями Совета по развитию туризма в Свердловской области.

Настоящая Стратегия предназначена определить приоритеты развития отдельных видов туризма в долгосрочной перспективе, обеспечивать согласованность действий органов государственной власти Свердловской области, органов местного самоуправления и субъектов туристской индустрии, определить приоритетные механизмы консолидации ресурсов субъектов туристской индустрии для получения максимального социально – экономического эффекта.

Соответственно, реализацию мероприятий Стратегии предполагается осуществлять в два этапа, соответствующим правилам бюджетного процесса и долгосрочного прогнозирования:

I этап – 2014 – 2020 гг. – соответствует периоду реализации принимаемых государственных программ Свердловской области;

II этап – 2021 – 2030 гг. – соответствует периоду реализации основных стратегических документов, принимаемых в масштабах Российской Федерации и Свердловской области.

Раздел 1. Мировые тренды развития туристской отрасли - условия обеспечения конкурентоспособности Свердловской области на рынке туристских услуг в долгосрочной перспективе

Стратегия социально – экономического развития Свердловской области на период до 2020 года определяет миссию Свердловской области в сохранении роли региона в качестве «локомотива» развития России, преобразовании Свердловской области в социально ориентированный регион устойчивого процветания, оптимально встроенный в мировое разделение труда.

Для того, чтобы соответствовать обозначенным требованиям туристическая индустрия области должна быть трансформирована в самодостаточную отрасль экономики, соответствующую мировым трендам, международным стандартам и лучшим отечественным практикам.

В мировой экономике на долю туризма в 2012 году приходилось 9% ВВП (более 6 трлн. долл. США) и более 255 млн. рабочих мест. Основными мировыми трендами, определяющими развитие туризма в долгосрочной перспективе, признаются следующие.

1) Ускоренный, по сравнению с другими отраслями, рост сферы туризма – на уровне 4% в год, что позволит к 2022 г. выйти на уровень 10% ВВП (10,0 трлн. долл. США) и 328 млн. рабочих мест, обеспечивая, таким образом, каждое десятое рабочее место в мире.

Основными факторами, способствующими ускоренному росту туризма как отрасли мировой экономики, выступают следующие:

- устранение границ между отдельными государствами; развитие международных отношений, упрощающих визовые режимы между отдельными странами;
- глобализация экономических процессов и превращение туризма в обязательный атрибут большинства видов экономической деятельности;
- увеличение свободных средств и времени и числа людей, их имеющих (в результате экономического прогресса);
- повышение доступности мест посещения (в результате технического прогресса);
- упрощение процедуры бронирования и приобретения туров и авиабилетов (в результате развития интернет - технологий).

Для Российской Федерации эксперты World Travel & Tourism Council прогнозируют **аналогичные темпы роста**, рассчитывая, что за ближайшие десять лет объем валового регионального продукта, обеспечиваемого туристическими отраслями возрастет более, чем в 1,5 раза (приложение 1, рис.1):

- с 752 млрд. руб. в 2011 г. до 1,16 трлн. руб. к 2022 году в базовых ценах 2011 г. (2,1 трлн. руб. в текущих ценах) для собственно туристических отраслей (гостиницы, туристические агентства, пассажирский транспорт, ориентированный на перевозку туристов);

- с 3,1 трлн. руб. в 2011 г. до 4,7 трлн. руб. к 2022 году в базовых ценах 2011 года (8,45 трлн. руб. в текущих ценах) для комплекса отраслей, связанных с туризмом (собственно туристическая сфера, а также отрасли, ориентированные на ее обеспечение (сфера питания, обслуживания, информационных технологий, страхования и т.д.).

Объем инвестиций собственно в туризм за этот же период, согласно прогнозам, возрастет в 1,7 раза и составит к 2022 году 532,7 млрд. руб. в базовых ценах 2011 г. (954,1 млрд. руб. в текущих ценах).

В результате доля туризма и связанных с ним отраслей в общем объеме ВРП Российской Федерации возрастет до 6%, в общей занятости - до 5,9%, в общем объеме инвестиций – до 2,6%. (приложение 1, рис.2).

2) Устойчивый рост числа путешественников.

На протяжении последних трех лет, согласно International's World Travel Monitor, стабильно положительной остается среднегодовая динамика количества путешествий, ночевки и объема расходов на путешествия. В 2012 году общее число путешествий превысило 6,8 млрд. поездок, что на 2,5% больше, чем в 2011 году. Количество внутренних поездок в мире в 2012 году увеличилось на 2% и достигло 5,77 млрд. единиц, число международных поездок возросло на 4% и составило 1,03 млрд. единиц (приложение 1, рис. 3).

Основу мирового международного туристического потока составляют туристы из числа представителей среднего класса быстро растущих экономик Индии, Китая, Юго-Восточной Азии, Восточной Европы (включая Россию).

Аналогичная динамика характерна и для Российской Федерации. Туристическая отрасль за последние три года практически полностью преодолела последствия кризиса 2009 – 2010 гг. Общий объем затрат на путешествия в 2012 году более чем в 1,3 раза превысил аналогичные показатели 2010 года и составил 2,3 трлн. руб., в том числе затраты на въездные путешествия – 497,6 млрд. руб., затраты на внутренние поездки – 1,8 трлн. руб. - на 7,8 % больше уровня 2010 года, что свидетельствует о росте доходов и изменения жизненных ценностей населения (приложение 1, рис.4).

Прогнозируется, что в течение ближайших десяти лет рост затрат на путешествия продолжится – для международных прибытий – на уровне 1,9% в год, для внутренних путешествий – на уровне 4,6% в год (приложение 1, рис.5). В результате суммарный объем затрат на путешествия в 2022 году может достигнуть почти 6.0 трлн. руб. в текущих ценах, в том числе (приложение 1, рис.4):

- на въездные путешествия – 1,0 трлн. руб., что в 2,1 раза выше достигнутого уровня 2012 года;

- на внутренние путешествия – 4,9 трлн. руб., что в 2,7 раза выше достигнутого уровня 2012 года.

На международном туристическом рынке увеличивается популярность Российской Федерации как туристической дестинации. В 2012 году международная популярность России достигла максимального уровня. Число международных прибытий в 2012 году на 12% превысило аналогичный показатель прошлого года. По темпам роста международной популярности мы обогнали Швейцарию, Норвегию, Австрию и другие европейские страны - традиционные центры въездного туризма (приложение 1, рис.6).

При этом, несмотря на рост международной популярности России, более $\frac{3}{4}$ генерируемого отраслью объема ВВП обеспечивается внутренним туризмом (приложение 1, рис. 7), что соответствует международной практике. В частности, в 2012 г. на долю внутренних путешествий пришлось 78,6% общих затрат туристов (1,8 трлн. руб.), на долю въездных путешествий лишь 21,4% (497,6 млрд.руб.). Прогнозируется, что эта тенденция будет сохраняться и к 2022 году вклад внутреннего туризма в объем ВВП, генерируемый отраслью, увеличится до 82,7% и превысит 4,9 трлн. руб., в то время как международными путешественниками будет обеспечиваться лишь 17,3% генерируемого отраслью ВВП (1,0 трлн. руб.).

3) Дифференциация туристического спроса и как следствие – дифференциация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, выбор альтернативных средств размещения и транспорта.

Отдых становится интегрированным в работу, а потому – более частым, но более коротким. Данное явление обозначилось уже в 2012 году, когда более чем на 10% возросло количество поездок продолжительностью 1 – 3 ночи, при этом другие, более длительные поездки, сократились более чем на 2%. В среднем, общая продолжительность поездок за 2012 г. сократилась на 3% к уровню 2011 года¹.

Такая тенденция будет сохраняться и в дальнейшем. Согласно прогнозу Всемирной туристской организации к 2020 году жители развитых стран будут отдыхать 4 раза в год при сохранении суммарной продолжительности отпуска.

Отражением этой тенденции становится повсеместное сокращение крупнейшего туристского сегмента – пляжного отдыха. В Европе, в частности, сегмент пляжного отдыха в 2012 г. сократился на 1%, в то время как городские туры увеличились на 14%, а бизнес – поездки – на 8%. В противоположность пассивному (пляжному) отдыху формируются направления проактивного отдыха, так называемый «приключенческий» туризм, который наряду с турами, требующими специальной подготовки («hard adventure») включает в себя туры в сфере экологического, культурного, сельского

¹ Источник: ITB World travel Trends Report 2012/13, p.9

туризма, предполагающего пешеходные (велосипедные) прогулки и не требующего специальной подготовки («soft adventure»). Согласно экспертным оценкам, емкость этого сегмента в 2012 г. превысила 89 млрд.дол. США (без учета затрат на авиаперелеты), что на 17% выше уровня 2009 года².

Проактивная ориентация туристского продукта отражена в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ» на 2011 – 2016гг., согласно которой в Российской Федерации к 2016 году более чем на 1,5 млн.чел. сократится туристский поток, ориентированный на пляжный отдых. И, напротив, к 2016 г. сформируются самостоятельные туристические потоки в сфере других видов туризма: делового (5 млн.чел.), автомобильного (4,0 млн.чел.), активного (2,5 млн.чел.), экологического (1,6 млн.чел.) и т.д. (приложение 1, рис.8).

Интерпретация отдыха как смены видов деятельности обуславливает требование насыщенности отдыха разнообразными впечатлениями, рост спроса на так называемые «комплексные» туристские продукты, предлагающие физический и ментальный отдых в сжатые сроки, как правило – в аутентичной среде, в результате чего усилится тенденция к путешествиям в менее известные и малодоступные места (рост популярности экологического, сельского туризма активных видов туризма).

Туры выходного дня. Одним из очевидных трендов последних 5-7 лет в России стал бурный рост внутреннего туризма в формате туров выходного дня, поездок на «weekend». Данный процесс связан с существенным ростом среднего класса в крупных российских городах и общим повышением «транспортной мобильности» населения. Туристские поездки в формате туров выходного дня совершаются как организованно (с помощью турфирм), так и самостоятельно, на основе отзывов, рекомендаций, с помощью путеводителей, информационных интернет - ресурсов, GPS навигации. При этом доля самостоятельных путешествий преобладает и будет увеличиваться в будущем. С учетом российских реалий и фактора транспортной доступности, подавляющее большинство поездок в формате туров выходного дня совершается внутри одного или нескольких ближайших регионов. Крупные российские города становятся привлекательным объектом для шопинг туризма и проведения культурного семейного досуга среди жителей соседних малых городов и сельских территорий. В свою очередь, сельские территории привлекают городской средний класс в качестве объектов культурно-познавательного, экологического и сельского туризма.

² Источник: ITB World travel Trends Report 2012/13, p.21

Рекреационно-оздоровительный туризм. Демографические изменения, растущая популярность туристических продуктов как формы «восстановления сил» формируют иную тенденцию - все большую популярность набирает так называемый «медицинский туризм», который включает весь спектр рекреационных и профилактических услуг – спорт, фитнес, спа – и косметологические процедуры, расслабляющий и восстановительный отдых и лечение. Согласно экспертным оценкам емкость этого сегмента в мире оценивается в 40 – 60 млрд.дол США с темпом роста до 20% в год. Согласно IPK's World Travel Monitor, с оздоровительными целями в 2011 г. в мире было совершено более 9, 4 млн.поездки или 2.4% всех выездных туров в Европе. За последние пять лет сегмент оздоровительного отдыха в Европе вырос на 38%³.

Много-возрастные туристические предложения как реакция на демографические изменения. В настоящее время статистика указывает на постоянный рост доли населения пожилого возраста в странах с развитой экономикой, которые обеспечивают основную массу туристов, в то время как численность населения трудоспособного возраста переживает стагнацию. Аналогичная ситуация складывается и в Российской Федерации. Результатом этого является растущий спрос на **туристский продукт, предназначенный для так называемого «зрелого» сегмента туристского рынка.**

Одновременное повышение уровня благосостояния старшего поколения позволяет прогнозировать рост популярности **много-возрастных туристических предложений**, в результате чего стандартное предложение на туристический продукт «2 родителя + 1-2 ребенка» изменится на предложение «1-2 родителя + 1-2 ребенка + 1-2 бабушка-дедушка», что потребует формирования туристического продукта, учитывающего интересы и особенности потребления всех поколений.

Экологический туризм. В последние годы отчетливо прослеживается тенденция к усилению мер по охране окружающей среды, что диктует необходимость организации отдыха в русле «бережного отношения к природе», а также создает условия для появления **новых туристских продуктов связанных с экологическими интересами.**

4) Повышение требований к безопасности отдыха.

В современном быстроменяющемся информационном мире туристы незамедлительно реагируют на опасность и отказываются от путешествий в страны охваченные военными конфликтами, актами террора, уличными протестами и иными

³ ITB World travel Trends Report 2012/13, p.23

социальными потрясениями. Не меньшее негативное влияние на туристские потоки оказывают природные и техногенные катастрофы, эпидемии и т.п. При выборе маршрута туристы также учитывают общую криминогенную ситуацию в стране и регионе, уровень загрязнения окружающей среды, иные потенциальные риски.

5) Усиление конкуренции на туристическом рынке в результате появления все большего числа стран с амбициозными экспансивными планами привлечения туристов, достижения пика насыщения некоторых форм и видов туризма, предлагаемых туристскими центрами и странами, что определяет необходимость формирования и продвижение яркого, уникального и узнаваемого **туристического бренда**. Сегодня наиболее востребован туристический продукт, вызывающий ясные, чёткие и положительные ассоциации у потенциального потребителя.

Другим фактором, стимулирующим развитие конкуренции на рынке туристских услуг, выступают информационные технологии. В мире около 54% все бронирований происходит через интернет. Тенденция увеличения количества интернет-бронирования сохранится в ближайшие годы.

Информация, размещенная в интернете, и в первую очередь - в социальных сетях, блогах (Facebook, Twitter and YouTube), определяет выбор места отдыха. Согласно исследованию Google 2011 40% путешественников планируют свой отдых на основе фотографий, видео, мнениях о гостиницам и местах показа, выложенных в социальных сетях.

Для России сегодня это тенденция имеет несколько меньшую актуальность, что в первую очередь связано с лингвистическими ограничениями. Однако уже в среднесрочной перспективе можно прогнозировать снижение роли туристических агентств и увеличение доли самостоятельных путешествий.

6) Повышение требований к качеству туристического продукта за умеренную цену. В большинстве, туристские предпочтения туристов связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться определяющими при выборе туристских поездок, что требует уделения особого внимания вопросам сертификации качества туристских услуг и продуктов, категорирования средств размещения и питания, соответствующей подготовки линейного и управленческого персонала организаций социально – культурного сервиса и туризма.

Для того, чтобы соответствовать перечисленным выше мировым тенденциям развития туризма и быть конкурентоспособной на мировом и российском рынке туристских услуг, туристическая индустрия Свердловской области должна иметь и обеспечивать:

- яркий, узнаваемый туристский бренд региона, отражающий культурно – исторические, природные, географические особенности Свердловской области, вклад области в обеспечение лидирующих позиций Российской Федерации в международном сообществе, интеграцию Свердловской области в мировое пространство;

- развитую систему транспортных коммуникаций (автомобильный, железнодорожный, воздушный, речной транспорт), обеспечивающую доступность для туристов всех видов туристских ресурсов (объектов показа, рекреации, средств размещения) с эффективной, понятной, надежной, комфортной системой сопровождения и обеспечения безопасности пребывания туристов (в том числе – из других регионов и стран) на территории области;

- разнообразие туристских продуктов – наличие туров в сфере познавательного, активного, сельского, экологического, рекреационного и др. видов туризма, комплексных туристских продуктов, ориентированных на различные возрастные группы и целевые аудитории;

- разнообразие условий проживания – от кемпингов в составе объектов придорожного сервиса и «зеленых» маршрутов до отелей стандарта 2 – 5 звезд, оснащенных конференц-залами, крытыми бассейнами, спа-центрами, аквапарками;

- готовность персонала, занятого в сфере социально – культурного сервиса и туризма, предоставлять качественные услуги, соответствующие международным и российским стандартам;

- эффективной системы профессионального образования в сфере социально – культурного сервиса и туризма, способной оперативно и качественно реагировать на меняющиеся запросы туристского рынка;

- институциональной системы управления качеством услуг в сфере социально – культурного сервиса и туризма, включающей в себя в том числе деятельность саморегулируемых организаций, систем сертификации и аккредитации;

- эффективной системы продвижения туристского бренда, продуктов и услуг Свердловской области на российском и международном рынках.

Раздел 2. Туристский потенциал и состояние сферы туризма в Свердловской области

Проблемы формирования туристского бренда Свердловской области

До начала 90-х годов XX века Свердловская область оставалась регионом закрытым для посещения гражданами иностранных государств. Для жителей других регионов Российской Федерации Свердловская область ассоциировалась с «опорным краем державы», где сосредоточены огромные промышленные предприятия, выпускающие тысячи тонн стали, чугуна, сотни единиц крупнотоннажного оборудования. В связи с чем проблема формирования бренда Свердловской области как региона, комфортного для жизни, интересного и безопасного для посещения сегодня приобретает особую актуальность.

Основу формирования такого бренда могут и должны составить традиционные ценности, достижения и особенности Урала и Свердловской области:

1) географические особенности - граница Европы и Азии, протяженность которой по территории Свердловской области превышает 700 км;

2) геологические особенности – наличие Уральских гор, наиболее известными вершинами которых являются Конжаковский камень (1569 м над уровнем моря – самая высокая вершина на территории Свердловской области), Денежкин камень (1495 м), Серебрянский камень (1305 м), Кумба (921 м), Качканар (887,6 м) и др., а также большого числа рек и озер;

3) минералогические особенности, наличие:

– так называемой «самоцветной полосы», протянувшейся с юга на север более чем на сто километров вдоль восточного склона Среднего Урала в верховьях рек Нейва, Реж и Адуй; традиционно здесь были расположены богатые месторождения минералов ювелирного качества: топазов, турмалинов, изумрудов, аметистов, горного хрусталя;

- крупнейших в мире месторождений – асбеста (г.Асбест), железных руд (г.Нижний Тагил), ванадиевых руд (г.Качканар), изумрудов (п.Малышевский), золота (г.Березовский);

4) исторические особенности, связанные в первую очередь:

- с расширением территории Российского государства на восток: первое поселение русских на Урале (1574 г. – пос. Усть – Утка), поход дружины Ермака в Сибирь (XVI век);

- с формированием российской промышленности («горно – заводской цивилизации») и мощи Российского государства в результате деятельности первых

российских промышленников из рода Демидовых и Яковлевых (XVIII – XIX вв., города и поселки – заводы Невьянск, Нижний Тагил, Висим, Алапаевск); эвакуации в годы Великой отечественной войны более 700 промышленных предприятий из центральной части России на Урал (в том числе в Свердловской области были созданы - Уралвагонзавод, Уралмаш, Ирбитский мотоциклетный завод и др.);

- с техническим прогрессом – здесь были изобретены и построены: первая русская железная дорога, первый русский паровоз (Черепановы, г.Нижний Тагил), прообраз экскаватора, подъемных механизмов, прокатного стана (Е.Г.Кузнецов, г.Нижний Тагил), первая русская водяная турбина (И.Е.Сафонов, г.Алапаевск);

- жизнью и деятельностью здесь людей, внесших значительный вклад в историю, культуру и политику Российского государства; здесь родились (в разное время жили) изобретатель радио Попов А.С. (г.Краснотурьинск), композитор П.И.Чайковский (г.Алапаевск), первый президент современной России – Б.Н.Ельцин (п.Талица), русские писатели Д.Н.Мамин – Сибиряк (пос.Висим, г.Нижний Тагил), П.П.Бажов (г.Екатеринбург) и др.

5) культурные особенности, связанные с традиционными ценностями русского народа – мастерство, умения, красота, природа, родина, русский дух, что нашло отражение в развитии традиционных народных ремесел и промыслов (уральская роспись, обработка камня, метала, резьба по дереву, изготовление кукол – оберегов и т.д.), традициями, обрядами и обычаями малых народов Урала (татары, башкиры, мордва, удмурты, ханты, манси).

Эти и другие ценности, особенности и традиции Свердловской области должны быть положены в основу формируемого бренда региона, что позволит эффективно позиционировать Свердловскую область на международном и российском туристских рынках.

Внутриобластная система транспортных коммуникаций (автомобильный, железнодорожный, воздушный, речной транспорт) и сопровождения туристов, требует развития в целях обеспечения доступности основных видов туристских ресурсов области.

В условиях значительной площади, занимаемой Свердловской областью (194,8 тыс. кв.км, что соответствует общей площади, занимаемой Швейцарией (41,3 тыс.кв.км), Чехией (78,9 тыс.кв.км) и Австрией (83,9 тыс.кв.км), наличие развитой системы внутриобластных коммуникаций для формирования туристского потока приобретает первостепенное значение.

В настоящее время основу внутриобластных коммуникаций составляют **автомобильные дороги** регионального значения, общая протяженность которых превышает 11 тыс.км. При этом плотность автомобильных дорог с твердым покрытием составляет 42,6 км на тыс.кв.км (55-е место в Российской Федерации)⁴, что делает труднодоступными туристские ресурсы, расположенные в северной и восточной частях области. На фоне растущей автомобилизации населения Свердловской области (темпами 5 – 7% в год) актуальной становится задача реконструкции автомобильных с повышением их пропускной способности, особенно в зонах концентрации населения Свердловской области (города с численностью населения от 70 – 100 тыс.чел. и прилегающие территории).

Другим фактором, сдерживающим рост туристского потока в территории области, является отсутствие достаточной придорожной инфраструктуры (объектов сервиса, АЗС, кемпингов, мини-маркетов, кафе и т.д.), знаков туристской навигации (в том числе – на английском языке), условий оперативного реагирования на возникновение чрезвычайных ситуаций (обеспеченность маршрутов движения мобильной и интернет-связью, возможностью оперативного реагирования служб МЧС).

Общая протяжённость **железнодорожных путей** общего пользования на территории Свердловской области в 2010 г. составила 3546,7 км⁵. При этом по показателю плотности железных дорог общего пользования (183 км на 10000 кв. км территории) Свердловская область занимает только 30-е место в Российской Федерации⁶. В области отсутствует скоростное железнодорожное сообщение, что особенно актуально для развития внутреннего туризма на расстояниях, превышающим 200 км, в число которых в том числе попадают города, отличающиеся высоким туристским потенциалом – Верхотурье, Краснотурьинск, Ирбит, Красноуфимск, Камышлов и др.

Дополнительным фактором, обуславливающим необходимость формирования развитой системы внутриобластных транспортных коммуникаций, является рост транзитного пассажиропотока в результате развития системы межрегиональных сообщений:

⁴ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с. - С.664–665

⁵ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с. – С.379–380

⁶ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с. – С. 662-663

- аэропортом Кольцово в 2012 г. в рамках программы развития регионального авиасообщения (дальность расстояний до 1000 км) перевезено более 60 тыс.чел (рейсы в города Казань, Уфа, Самара, Пермь, Магнитогорск и Оренбург)⁷,

- станция Свердловск – пассажирский ежедневно отправляет более 30 поездов дальнего следования, из которых 10 – фирменные⁸.

Наличие туристских ресурсов, позволяющих формировать дифференцированные туристские продукты.

Свердловская область обладает мощным туристским потенциалом, позволяющим формировать и реализовывать разнообразные туры в сфере познавательного, активного, сельского, экологического, рекреационного и других видов туризма, комплексных туристских продуктов, ориентированных на различные возрастные группы и целевые аудитории.

Культурно-познавательный туризм. На территории Свердловской области расположено 942 памятника истории и архитектуры, в том числе, 79 памятников федерального значения.

На территории Свердловской области действуют 6 государственных музейных комплексов и около 500 муниципальных, ведомственных и частных музеев. Нижняя Синячиха (туристский поток - 65 тыс. человек в год) предоставляет собой историко-культурный музей-заповедник деревянного зодчества под открытым небом. Музей Невьянской Наклонной Башни (посещаемость - около 100 тыс. человек в год) – аналог Пизанской башни, наследие рода Демидовых. Верхотурский Кремль (посещаемость около 50 тыс. человек в год) – один из немногих существующих в азиатской части России каменных кремлей, построенный в XVII веке.

В последнее время в регионе появляются интересные частные музеи и музейные комплексы. Музей им. Бориса Ельцина (г.Екатеринбург), Музей Владимира Высоцкого (г.Екатеринбург), музей Булата Окуджавы (г.Нижний Тагил) и другие.

Популярны среди туристов музейные комплексы посвящённые советскому наследию – уральской промышленности. Музей бронетанковой техники (г.Нижний

⁷ <http://www.koltsovo.ru/ru/novosti/000915>

⁸ «Ямал» (сообщением Новый Уренгой — Москва), «Екатеринбург» (Екатеринбург — Брест), «Малахит» (Нижний Тагил — Москва), «Тюмень» (Тюмень — Москва), «Демидовский экспресс» (Екатеринбург — Санкт-Петербург), «Югра» (Нижневартовск — Москва), «Северный Урал» (Серов — Москва), «Полярный Урал» (Екатеринбург — Новый Уренгой), «Рифей» (Екатеринбург — Москва), а также поезд класса премиум Екатеринбург — Москва (бывший фирменный поезд «Урал»). «Демидовский экспресс» - единственный в России фирменный поезд, который удостоен Диплома созданного по инициативе ЮНЕСКО Международного Демидовского фонда за возрождение и сохранение индустриального, духовного и культурного наследия России.

Тагил), Эко-парк Демидов (г.Нижний Тагил), Музей военной техники (г. В.Пышма), музей мотоциклов (г.Ирбит).

С трагедией Царской Семьи на Урале, а также наличием других важных культовых объектов Православия сегодня во многом связано и бурное развитие паломнического туризма в Свердловской области. Важнейшими центрами паломничества на территории региона являются города: Верхотурье, Екатеринбург, Алапаевск. В регионе 14 действующих православных монастырей, более 300 православных приходов, из них 11 храмов являются культовыми памятниками XVIII века.

Активный отдых. На территории региона созданы и действуют:

- 11 горнолыжных комплексов, которые ежегодно посещают более 800 000 человек. В 2012 году был запущен крупнейший в России круглогодичный трамплинный комплекс на горе «Долгая»;

- 1 национальный парк; 4 природных парка; 19 лесопарков; 1 природно-минералогический заказник; 36 ландшафтных заказников.

В последние 5 лет наиболее активно развиваются природные парки «Оленьи ручьи», «Река Чусовая», «Бажовские места», ежегодное количество посетителей которых превышает 150 тысяч человек.

Размещённые в отдалённых территориях природные парки становятся точками формирования целых туристических комплексов, развивая партнёрские сети и привлекая частные компании, предоставляющие услуги по размещению (загородные гостиничные комплексы и гостевые дома), организации активного отдыха (конные прогулки, сплавы, туры на снегоходах и квадрациклах), проведению корпоративных мероприятий.

На территории области находятся 425 различных памятника природы, олицетворяющих для потенциального туриста специфику и своеобразие Уральского региона.

На стыке экологического, природного и индустриального туризма начала формироваться отрасль **минералогического туризма**. Свердловская область – традиционное место добычи полезных ископаемых, в том числе драгоценных и полудрагоценных металлов. С 2011-2012 годов начали работу интерактивные туристические центры по промывке золота и посещению золотодобывающих шахт на «родине первого российского золота в г.Берёзовский), поиску изумрудов на одном из 3 крупнейших мировых месторождений этого драгоценного камня.

В ряде территорий области (Алапаевский, Артемовский, Невьянский, Ирбитский, Шалинский районы) активно развивается **сельский туризм**. На основе местных музейных комплексов и центров ремесел формируются значительные экскурсионные потоки,

которые при наличии адекватных средств размещения (гостевых домов, сельских гостиниц) могут перерасти в туристские потоки и дать серьезный социально-экономический эффект.

Основой **санаторно-оздоровительного туризма** являются запасы минеральных вод (в том числе, термальных) и лечебных сапропелевых грязей. В регионе действуют более 20 санаториев и профилакториев, ежегодно принимающих более 300 тыс. человек.

Началось обустройство источников горячих минеральных вод, расположенных в восточной части Свердловской области (Туринский и Тавдинский районы).

Однако на территории области минимально представлены туристские объекты проактивной направленности. В области нет этно-культурных, агро- парков. Большинство музейных экспозиций также носит пассивную направленность. Возможности проведения интерактивных мероприятий с участием туристов поддерживаются деятельностью энтузиастов туристского и музейного сообществ – по частной инициативе появляются интерактивные программы в музеях (с.Коптелово, с.Мироново, пос.Висим и др.), создаются контактные зоопарки (п.Висим, г.Красноуфимск, г.Ирбит), популяризируются места бытования народных промыслов (д.Таволги). Учитывая, что возможность активного участия в новой для себя деятельности создает основу выбора современного и будущего туриста, необходимо оказание содействия в направлении развития проактивных форм деятельности туристских объектов.

Центром привлечения туристов на территории Свердловской области остается город **Екатеринбург – центр деловой активности Урало-Сибирского региона**. Деловые поездки остаются основной целью посещения Свердловской области, составляя 43% всех посещений. Екатеринбург является административным центром Уральского федерального округа. В городе функционируют более 25 дипломатических и торговых представительств иностранных государств. На территории построен современный выставочный центр МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО» (50 тыс. кв.м.).

Размещение коллективных средств проживания по территории области не соответствует существующему и перспективному туристскому потоку.

Общее число коллективных средств размещения на территории Свердловской области в 2012 году составило 496 единиц. Общий объем номерного фонда превысил 14,6 тыс.номеров. Количество размещенных в 2012 году превысило 1,3 млн.чел. (табл.1., приложение 2).

По основным показателям деятельности коллективных средств размещения (число размещенных в коллективных средствах размещения и объем платных услуг)

Свердловская область занимает 5 строчку рейтинга (после Москвы, Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Московской области), являясь бесспорным лидером сферы развития коллективных средств размещения в Уральском федеральном округе. Регион обеспечивает более 30% ночёвок размещая более 1,3 млн. человек в коллективных средствах размещения, более 43% от объёма платных услуг в сфере гостиничного и санаторно-оздоровительного бизнеса (6,7 млрд. рублей).

Однако качественный анализ состояния коллективных средств размещения выявляет ряд проблем, негативно влияющих на величину туристского потока на территории области. Большинство коллективных средств размещения сконцентрированы в крупных городах (г.Екатеринбург, Нижний Тагил), что не соответствует основным географическим направлениям внутриобластного туристического потока. Согласно данным, представленным администрациями муниципальных образований, в 2012 году общий объем регистрируемого туристического потока (с учетом посещения объектов показа, коллективных средств размещения, событийных мероприятий) на территорию области (без учета г.Екатеринбурга) составил порядка 1,6 млн.чел., из которых более 65% составили посетители объектов показа и музеев и только 13% - гости коллективных средств размещения⁹ (приложение 3). Такая ситуация показывает несоответствие географии коллективных средств размещения точкам притяжения основного туристского потока на территории области.

Другим фактором, негативно влияющим на развитие внутреннего туризма, является отсутствие в городах области категоризованных средств размещения, что является одной из основных причин отсутствия пакетных туров по Свердловской области на рынке туристских услуг Российской Федерации.

Исключение составляет Екатеринбург, где, начиная с 2008 года было построено больше 15 гостиниц, ориентированных, прежде всего на бизнес-туристов. Крупные зарубежные гостиничные сети построили свои отели Haytt Regency Ekaterinburg (321 номер), Novotel Екатеринбург Центр (168 номеров), Park Inn Radisson (160 номеров), Ramada Yekaterinburg (162 номера), Angelo Airport Hotel Ekaterinburg (211 Номеров).

Всего в Екатеринбурге расположено 3 отеля категории «5 звезд», 11 отелей категории «4 звезды», 19 отелей категории «3 звезды».

⁹ По Екатеринбургу ситуация прямо противоположная – здесь 27,1% регистрируемого туристского потока – гости коллективных средств размещения, еще 69,2% - участники различных событийных мероприятий (приложение 3).

Готовность персонала, занятого в сфере социально – культурного сервиса и туризма, предоставлять качественные услуги, соответствующие международным и российским стандартам, в настоящее время является минимальной.

В сфере туризма Свердловской области трудится более 10 000 человек, вместе со смежными отраслями сектор внутреннего туризма даёт более 40 000 рабочих мест, формируя около 1,5 % валового регионального продукта Свердловской области.

Однако более 1/3 занятых сконцентрировано в городах Екатеринбург и Нижний Тагил. Областные города, являющиеся точками притяжения туристских потоков, испытывают острый дефицит кадров, владеющих навыками предоставления туристских услуг в соответствии с международными стандартами, коммуникаций на иностранных языках.

Система профессионального образования в сфере социально – культурного сервиса и туризма представлена более 7 вузами.

Однако в области отсутствует целостная система профессионального образования: практически нет специализированных учреждений профессионального образования, обеспечивающих подготовку среднего персонала гостиниц, гидов – экскурсоводов, владеющих специальными региональными знаниями и одновременно – иностранными языками; отсутствует специализированная система послевузовского (корпоративного) профессионального образования.

Институциональная система управления качеством услуг в сфере социально – культурного сервиса и туризма, включающая в себя в том числе деятельность саморегулируемых организаций, систем сертификации и аккредитации, в настоящее время, к сожалению, не сформирована.

Система продвижения туристских продуктов и услуг Свердловской области на российском и международном рынках, напротив, активно развивается на протяжении последних лет.

В области создано и работает государственное бюджетное учреждение Центр развития туризма Свердловской области, входящее в ассоциацию туристско – информационных центров Российской Федерации. Традиционными стали массовые туристские мероприятия, посвященные продвижению Свердловской области – туристский форум «Большой Урал» и международный форум «Туризм и гостеприимство на Урале». Поддерживаются в актуальном состоянии сайты «Уралинфотур» и «GoToUral».

В качестве перспективных направлений развития системы продвижения рассматривается создание соответствующего раздела, посвященного туристским ресурсам Свердловской области, на сайте «Турпрофи», а также создание сети туристских информационных центров по территории области.

Обобщенно характеристика сильных (слабых) сторон развития туристской индустрии Свердловской области приведена в таблице 1.

Таблица 1. Анализ сильных и слабых сторон туристской индустрии Свердловской области

Сильные стороны (Преимущества)	Слабые стороны (Недостатки)
<p>Выгодное географическое положение на границе Европы и Азии – на путях, связывающих Европейскую часть России с Сибирью, Средней Азией и Дальним Востоком. Оптимально удобная локализация в центре транспортных (автомобильных, железнодорожных, воздушных) коммуникаций одного из самых экономически развитых регионов России – Урало-Западносибирского региона. Территориальная близость и транспортная доступность по отношению к крупным городам: Перми, Челябинску, Тюмени, Кургану, Уфе.</p> <p>Наличие в Екатеринбурге динамично развивающегося международного аэропорта «Кольцово» (с учетом проводимой реконструкции и трансформации в воздушный узел-hub федерального значения, прихода в аэропорт новых российских и зарубежных авиаперевозчиков).</p>	<p>Относительная удаленность области по отношению к основным туристским рынкам – крупным городским агломерациям Европейской части России (Москва, Санкт-Петербург, Самара, Нижний Новгород).</p> <p>Относительная удаленность Свердловской области от главных международных туристских потоков.</p>
<p>Сложившийся в России «положительный образ» Свердловской области, как надежного региона – труженика, региона с талантливым, трудолюбивым населением, осваивающим сказочные богатства Уральских гор.</p> <p>Наличие мощного туристского потенциала, большого разнообразия туристских ресурсов. Наличие достаточно большого количества туристских аттракций: памятников природы, музеев, объектов культурно-исторического наследия, объектов религиозного туризма.</p>	<p>Отсутствие уникального и привлекательного туристского образа Свердловской области в масштабах России и мира.</p> <p>Одностороннее восприятие Свердловской области исключительно как промышленного центра («Урал – опорный край державы...»).</p> <p>Отсутствие системы территориального туристского маркетинга.</p>
<p>Возможность использования территории Среднего Урала как базы для линейных и радиальных путешествий по Большому Уралу и Западной Сибири.</p>	<p>Высокая конкуренция со стороны исторически сложившихся мировых и российских туристических центров – столичных городов, городов «Золотого Кольца» и южных городов, «оттягивающих» основные потоки туристов. Значительный уровень притязаний и соперничества со стороны городов-миллионников РФ (таких, как Казань, Нижний Новгород, Самара, Новосибирск) и УрФО (Тюмень, Пермь, Челябинск).</p>
<p>Значительные инвестиции в туристскую индустрию со стороны Правительства Свердловской области, создание основы для формирования туристских кластеров.</p> <p>Поддержка инвестиционных проектов и программ развития туризма в муниципальных образованиях со стороны Правительства</p>	<p>Недостаточный уровень коммерциализации имеющихся туристских ресурсов, дефицит туристских продуктов на рынке внутреннего и въездного туризма.</p> <p>Недостаточность стимулов для инвесторов в сфере туризма, высокий уровень бюрократизации согласительных процедур.</p>

<p>Свердловской области.</p> <p>Существенный рост спроса на рынке внутреннего туризма со стороны растущего среднего класса, что создает условия для роста инвестиций в туризм со стороны бизнеса.</p>	<p>Отсутствие комплексного подхода в организации туристского продукта территорий, как на уровне муниципалитетов, так и среди предпринимателей и потенциальных инвесторов. Низкий уровень развития горизонтальных партнерских связей между субъектами туристской деятельности территорий.</p>
<p>Создание эффективной системы управления и координации туристской деятельности на уровне Правительства Свердловской области, создание ГУБ СО Центр Развития Туризма Свердловской области.</p>	<p>Характерное для индустриальных регионов России недостаточно осознанное отношение к туризму как экономически важной сфере деятельности – и в широких слоях населения, и в органах управления областного и муниципального уровня.</p> <p>Отсутствие органов управления туристской деятельностью на уровне подавляющего большинства муниципальных органов власти.</p>
<p>Хорошо развитая внутриобластная система транспортного сообщения: сети автомобильных и железных дорог как широтной, так и меридиональной направленности.</p>	<p>Ряд объектов туристского показа по прежнему не имеют транспортной доступности, либо слабо доступны.</p> <p>Низкое качество дорожной инфраструктуры как в областном центре, так и в области (Северный Урал), плохое качество автодорог. Значительные участки автодорог имеют серьезные ограничения по скорости передвижения в связи с плохим качеством автодорожного покрытия и высоким уровнем аварийности. Перегруженность автодорог, дорожные пробки в Екатеринбурге, высокая аварийность на автодорогах области – серьезная угроза для развития туризма с точки зрения безопасности.</p>
<p>Наличие в Екатеринбурге главных предпосылок развития делового туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> • расположение органов управления Уральского Федерального округа, Центрального военного округа; • наличие ряда дипломатических представительств, консульств зарубежных стран; • наличие большого количества успешных предприятий, занимающихся внешнеэкономической деятельностью; • большое количество представительств и офисов зарубежных и транснациональных компаний, международных банков, информационных центров и фондов. 	<p>Дефицит современных специализированных конгрессных центров с большой площадью в Екатеринбурге.</p>
<p>Наличие постоянно увеличивающегося количества современных отелей с развитой сервисной инфраструктурой.</p>	<p>Дефицит средств размещения нужного формата и иной туристской инфраструктуры в непосредственной близости от туристских аттрактивных объектов (музеев, горнолыжных центров, объектов экотуризма и т.д.).</p> <p>Крайне недостаточное количество отелей среднего класса и эконом-класса для размещения туристов (дефицит гостиниц туристского класса 1-2 звезды в Екатеринбурге). Высокий уровень цен на проживание, сравнимый со столичными.</p>
<p>Наличие в Екатеринбурге значительного количества торгово-развлекательных центров и крупнейшего в России аквапарка</p>	<p>Дефицит крупных туристских аттракционов в Екатеринбурге в сегменте развлечений и семейного отдыха.</p>
<p>Достаточно большое количество санаторно-</p>	<p>Недостаточный уровень использования</p>

курортных предприятий и баз отдыха, ряд которых реконструирован или находится в стадии модернизации.	номерного фонда санаторно-курортных предприятий и иных КСР специального назначения для нужд других видов внутреннего и въездного туризма.
Значительное количество горнолыжных центров с развивающейся инфраструктурой.	Относительно небольшие длина трасс и перепады высот в имеющихся горнолыжных центрах.
Сложившаяся и развивающаяся система особо охраняемых природных территорий (природных парков), созданных и создаваемых в т.ч. и для развития экологического туризма.	Крайне низкая экологическая культура граждан, недостаточное развитие программ утилизации бытовых отходов населения, несовершенство природо-охранного законодательства, отсутствие у структур муниципального управления реальных ресурсов и полномочий по уборке мусора в рекреационных зонах вблизи крупных городов. Замусоривание территории – реальная угроза развитию туризма в Свердловской области.
Высокая степень урбанизации населения области, что является главной основой для повышенного спроса на загородный отдых в сельской местности. Наличие на территории области естественных природных условий для развития спортивного, охотничьего и экстремального туризма. Перспективные возможности развития активного, приключенческого и экологического туризма, т.к. область обладает достаточными природными ресурсами для привлечения туристов и формирования активных маршрутов и туров.	Неблагополучная экологическая обстановка в ряде местностей, прежде всего в крупных промышленных центрах Свердловской области. Екатеринбург входит в число наиболее загрязненных городов России (запыленность воздуха, выхлопные газы от автотранспорта). Низкое качество водопроводной воды в Екатеринбурге; особым спросом пользуется природная минеральная или очищенная питьевая вода. Необходимость обеспечения средств размещения питьевой водой соответствующего международным стандартам качества. Экологические проблемы – серьезная угроза для развития туризма в Свердловской области.
Близость к основной целевой аудитории проекта, позволяющая оперативно реагировать на ее потребности. Возможность относительно легкого и менее затратного продвижения нового туристского имиджа региона.	Ориентация только на жителей области создает угрозу недозагруженности гостиничной инфраструктуры и недооценки въездного туризма как наиболее экономически эффективного вида туризма, не позволяет всесторонне и комплексно использовать преимущества перспективного развития региона как центра туризма общероссийского и международного уровня.
Южная часть Свердловской области, включая областной центр – транзитная зона, через которую проходят значительные пассажиропотоки на пути в другие города России. Эта группа гостей создает возможности для развития краткосрочных экскурсионных программ и маршрутов. Высокая заинтересованность жителей Челябинской и Тюменской областей, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов в посещении крупных торговых центрах открывает реальные возможности для развития шопинг-туризма в Екатеринбурге.	Зависимость основного потока гостей в областной центр от городской бизнес-среды в случае спада деловой активности может повлечь за собой сокращение притока туристов в Екатеринбург и область.

Раздел 3. Стратегические цели, задачи, направления, мероприятия и механизмы развития туризма Свердловской области.

Целью реализации настоящей Стратегии является формирование в Свердловской области современной конкурентоспособной туристской индустрии посредством максимально полного использования существующего туристического потенциала и снятия инфраструктурных ограничений для его развития.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Поддержка и развитие ключевых видов внутреннего и въездного туризма.
2. Позиционирование и активное продвижение Свердловской области как региона, благоприятного для развития туризма, на международном и российском рынках туристских услуг.
3. Стимулирование развития и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений, образование и др.).
4. Повышение качества и конкурентоспособности туристских и сопутствующих услуг до международного уровня.

1. Поддержку и развитие ключевых видов внутреннего и въездного туризма предлагается осуществлять по следующим направлениям:

1) **В сфере культурно-познавательного туризма** - вовлечение в развитие сферы туризма музейной сети региона, создание новых музеев и интерактивных экспозиций по тематикам наиболее привлекательным для главных рынков сбыта туристского продукта региона, по тематикам отражающим уникальность Урала не только в России, но и мире. Формирование туристских культурно-образовательных центров, культурно – этнографических, культурно – исторических парков. Создание отдельного путеводителя по музеям Свердловской области, формирование музейных туров. Включение массовых культурных мероприятий в туристские программы.

В сфере культурно-познавательного туризма особое внимание необходимо уделить новому направлению – **индустриальному туризму** – посещению объектов промышленного наследия. Необходимо выстраивание системы взаимодействия с промышленными компаниями в целях формирования перечня объектов для туристского посещения, экскурсионных программ, предполагающих участие посетителей в производственном процессе. Стимулирование промышленных предприятий Свердловской области к работе с туристами, в том числе проведения мастер-классов, тестовых испытаний для клиентов, дегустаций и и.т.д. для туристов в качестве одного из наиболее действенных механизмов продвижения на внешние рынки своей продукции.

2) **В сфере активного туризма.** Разработка мер поддержки туроператоров, работающих в сфере приема туристских групп и организации активных туров на территории Свердловской области. Необходима разработка комплекса мер по обеспечению безопасности в сфере активного туризма, прежде всего организация

межведомственного взаимодействия, а также организация информационно-просветительской работы по предупреждению чрезвычайных происшествий. Необходимо оказать содействие развитию природных парков Свердловской области, в плане их насыщения туристской инфраструктурой, продвижения на рынке туристских услуг, организации экологического воспитания граждан.

3) В сфере **минералогического туризма**. Необходима квалифицированная экспертная оценка имеющегося потенциала минералогического туризма, обустройство наиболее перспективных объектов показа исходя из сл. туристских аттракций: тема «русского золота», уральских самоцветов, уральского железа и меди. Организация интерактивных программ по «поиску, намыву, добыче» уральских минералов требует также проработки вопросов получения необходимых разрешений на вывоз коллекционных образцов минералов за пределы Свердловской области, в том числе за рубеж. Необходима поддержка имеющихся государственных, муниципальных и частных уральских минералогических музеев.

4) В сфере **событийного туризма**. Формирование единого календаря событийных мероприятий с учетом интересов различных целевых групп. Оказание содействия администрациям муниципальных образований и представителям туристского бизнеса в организации массовых мероприятий туристской направленности. Включение событийных мероприятий в туристические и экскурсионные программы, реализуемые на территории Свердловской области.

5) В сфере **MICE туризма**. Создание календаря бизнес-мероприятий, проводимых на территории Свердловской области. Содействие в продвижении МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО» в качестве ключевой площадки проведения выставочных и крупных конгресс-мероприятий на территории Урало-Сибирского региона. Более активное использование рынка делового туризма для реализации экскурсионных и туристских продуктов на территории региона.

6) В сфере **санаторно-оздоровительного и лечебного туризма**. Необходима серьезная всесторонняя поддержка наиболее перспективных санаториев и курортов региона: сертификация качества предоставляемых услуг (в том числе по международным стандартам), помощь в продвижении на рынке коммерческого туризма, улучшение качества сервиса, организация анимационных программ и экскурсий для отдыхающих, активное использование туристского продукта территории для разнообразия отдыха клиентов санаториев.

Кроме того, необходима разработка программы государственной поддержки инвестиционных проектов освоения перспективных источников минеральных вод (в том числе термальных).

7) **В сфере автотуризма:** создание объектов придорожного сервиса с автостоянками, предприятиями придорожной торговли и питания, станциями технического обслуживания легкового и пассажирского автотранспорта, объектов размещения и кемпингов на участках федеральных и региональных трасс по местам прохождения основных турпотоков. Перспективным в этом плане (с учетом имеющегося европейского опыта) является развитие инфраструктуры для путешествий на автокемперах (дома на колесах);

8) **В сфере детского и социального туризма.** Целесообразно переформатировать имеющиеся программы патриотического воспитания молодежи на воспитание чувств любви к малой родине, Уралу, посредством организации туристско-экскурсионных программ, экологических акций по уборке замусоренных рекреационных зон, обустройству объектов историко-культурного наследия.

Кроме того, необходима методическая и содержательная доработка действующих учебных программ, а также развитие системы поддержки детского и социального туризма, предполагающей частичную компенсацию затрат туристических операторов, организующих «выездные» уроки для учащихся школ

Необходимо последовательное развитие детского, школьного туризма, в том числе туризма социального (реализуемого за счет средств бюджетов всех уровней, а также за счет бюджетов предприятий и спонсоров).

2. Позиционирование и продвижение Свердловской области необходимо осуществлять с учетом возрастающей конкурентной борьбы между туристскими дестинациями, в том числе на уровне регионов России.

Правильно избранное позиционирование, использование имеющихся уникальных туристских ресурсов Свердловской области, четко сформулированная стратегия маркетинга (определение целевых групп и способов их привлечения) позволит стимулировать увеличение туристского потока, повысить инвестиционную привлекательность туристской отрасли, рассчитывать на привлечение частных инвестиций для реализации проектов развития туристской инфраструктуры.

Исходя из предложенного подхода и потенциала развития различных видов туризма в Свердловской области, целесообразно предложить следующее:

- Основные туристские продукты Свердловской области должны формироваться в сфере бизнес-туризма, конгрессно-выставочной деятельности, развлечений, спорта и активного отдыха, индустриально-минералогического туризма;

- При формировании туристских продуктов важно максимально использовать одно из основных конкурентных преимуществ Свердловской области – расположение в центре Уральского региона;

- Развитие туристского бренда Свердловской области необходимо осуществлять в рамках развития туристского бренда Большого Урала, что позволит именно Свердловской области получить максимальную выгоду и частично монополизировать тему Урала на внешних рынках.

Конкретные меры по продвижению регионального туристического продукта определяются целевой аудиторией и уровнем транспортной доступности по отношению к основным рынкам сбыта.

Принимая во внимание уровень развития туристской индустрии и структуру спроса регионального туристического продукта целесообразно сконцентрировать основные рекламные ресурсы на следующих основных рынках:

На 1-ом этапе (до 2020 года) – жители Свердловской области и Большого Урала.

На 2-ом этапе (до 2030 года) – жители России и зарубежных государств.

При работе с каждой целевой аудиторией будут отличаться продвигаемые туристские продукты и инструменты их продвижения:

- Жителям Свердловской области целесообразно предлагать возможности для отдыха в формате туров выходного дня (одно-двух дневные туры, самые разнообразные, в зависимости от предпочтений клиентов), а также более продолжительные программы рекреации и оздоровления на основе местных курортов и санаториев.

В качестве основного инструмента, помимо традиционных рекламных носителей и СМИ, необходимо создание доступного интерактивного путеводителя в сети интернет, с предоставлением контактной информации и GPS координат для самостоятельного планирования путешествия.

При работе с жителями региона целесообразно создавать культуру гостеприимства, продвигать туризм как отрасль экономики и сферы профессиональной деятельности, способствующей росту благосостояния и приносящей пользу для каждого жителя Свердловской области (проведение специализированных акций, конкурсов и т.п., направленных на продвижение положительных результатов для Свердловской области от развития туризма, печать специализированных периодических изданий, посвященных возможностям отдыха регионе).

- При работе с аудиторией соседних регионов важное значение имеет взаимодействие с туристическими операторами, формирующими групповые и индивидуальные туры, в том числе межрегиональные. Рекомендуется проведение информационных туров для туроператоров соседних регионов, организация и проведение деловых мероприятий в сфере туризма – Форум «Большой Урал», проведение перекрёстных презентаций.

- Для продвижения на внешних рынках целесообразно объединить усилия с отраслевыми федеральными структурами – Министерством культуры РФ и Федеральным агентством по развитию туризма:

- участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым российским национальным стендом с привлечением органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Национальный стенд должен быть направлен, в том числе, на продвижение главных туристских маршрутов въездного туризма в России, таких как путешествие по Транссибирской железнодорожной магистрали;

- поддержка и консолидация профильной выставочной деятельности в Российской Федерации с целью создания на отечественном туристском рынке одной из крупнейших мировых туристических выставок;

- реклама российского туристского продукта на главных зарубежных рынках и на внутреннем рынке с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа России;

- подготовка рекламно-информационной печатной и иной продукции для распространения ее на крупнейших международных туристических выставках и через российские загранпредставительства, в том числе через представительства, создаваемые при федеральном органе исполнительной власти в сфере туризма;

- распространение информации о России как о привлекательном туристском направлении в глобальной сети Интернет;

- проведение иных акций, например, информационная поддержка фестивалей и событийных мероприятий, проводимых в стране, презентации новых российских туристских направлений за рубежом, организация информационных туров для зарубежных и отечественных СМИ, проведение крупных международных конференций, симпозиумов, конгрессов и других мероприятий на базе двустороннего и многостороннего международного сотрудничества, а также сотрудничества с крупнейшими межправительственными организациями.

Вышеперечисленные инструменты необходимо использовать для активного продвижения Свердловской области, как места проведения крупнейших международных

мероприятий: Чемпионата Мира по футболу – 2018 и Всемирной выставки World Expo-2020.

3. Стимулирование развития и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений, образование и др.) целесообразно осуществлять посредством формирования туристско – рекреационных кластеров.

Целесообразность использования кластерного подхода на территории Свердловской области определена особенностями территориального развития туризма, сложившейся определённой туристической направленностью ряда территорий, необходимостью и возможностями формирования комплексного туристского продукта.

При этом под «туристским кластером» понимается сконцентрированная на определенной территории группа взаимосвязанных предприятий туристской индустрии, взаимодействующих и взаимодополняющих друг друга при создании комплексного туристского продукта территории. Для эффективного функционирования кластера, учитывая географию и масштаб Свердловской области, приобретают внешние коммуникации, обеспечивающие транспортную близость (доступность) объекта кластера со стороны главных целевых рынков сбыта.

Применение кластерного подхода в развитии туризма на территории Свердловской области представляется наиболее оптимальным, так как позволяет решать ряд актуальных для Свердловской области задач:

- концентрация ресурсов, инвестиций и организационных усилий
- обеспечение разнообразия совокупного туристского продукта Свердловской области – в результате территории не конкурируют между собой, а развивают собственную туристскую специализацию
- решение проблемы позиционирования, что очень важно в условиях возрастающей конкуренции на рынке туристских дестинаций.

Проведённый анализ существующих туристических потоков на территории региона, имеющихся туристических объектов и на наличия потенциала развития туристической индустрии позволяет сформировать 12 туристско-рекреационных кластеров. В приложении 4 представлена карта туристско-рекреационных кластеров, с описанием каждого кластера в соответствии с ключевыми критериями.

Туристские кластеры предлагается формировать с учётом наличия следующих структурных единиц:

- «базовые объекты» - 1-3 базовых предприятия туристской сферы, привлекающих наибольшее количество туристов (ежегодное количество посетителей от 40 тыс. и более человек);

- «дополнительные объекты» - малые туристические объекты с ежегодным количеством посетителей от 5 до 40 тыс. человек,

- «инфраструктурные объекты» - коллективные средства размещения, объекты общественного питания, предприятия, оказывающие дополнительные услуги. Успешное развитие туркластера напрямую зависит именно от наличия инфраструктурных объектов. На территории Свердловской области по наиболее популярным из числа «базовых и дополнительных объектов» сложилась ситуация насыщения, дополнительное увеличение турпотока возможно только при создании средств размещения и общественного питания.

- «объекты сопутствующей инфраструктуры» - предприятия обеспечивающие деятельность туристических и инфраструктурных объектов (туристические фирмы, транспортные организации, образовательные учреждения, консалтинговые и рекламные агентства и т.д.). Особенностью развития сопутствующей инфраструктуры в Свердловской области является недостаток, либо полное отсутствие на территориях местных предприятий, занимающихся туризмом. Туристские, транспортные, рекламные и другие услуги в подавляющем большинстве случаев оказывают екатеринбургские компании, что не соответствует одной из ключевых целей формирования туркластеров – создание новых хозяйствующих субъектов на местах. Кроме того, отсутствие конкуренции на данных рынках ведёт к снижению качества услуг и повышению цен.

Все объекты кластера должны быть связаны внутренними коммуникациями, единой маркетинговой и рекламной политикой, включены в единые туристические маршруты. Объединение нескольких туристических объектов позволит увеличить общий туристический поток, а также сделать туристическую отрасль на конкретной территории более привлекательной для бизнеса. Формируемый в рамках туркластера продукт учитывает не только возможности одного предприятия, но и возможности партнёров. В связи с чем, ключевой фактор успешности кластера это возможность создания условий для включения в процесс получения заказов более широкий круг организаций.

Основным фактором успеха проекта туристского кластера является наличие подготовленной и инициативной управляющей компании. На первом этапе (2013-2016), ввиду высоких организационных рисков, связанных с созданием дополнительных институтов, функции управляющей компании может выполнять руководство ключевого

базового объекта или муниципальная организация поддержки туризма. На втором этапе, с учётом результатов работы кластера до 2016 года, а также в целях институционального оформления туристского кластера целесообразно создание единой управляющей компании или туристского консорциума в форме юридического лица. Роль подобной организации может выполнять межмуниципальный центр развития туризма в форме некоммерческого партнёрства или бюджетного учреждения, который возьмёт на себя функции по дальнейшему развитию и продвижению туристского продукта кластера.

Поскольку объекты туркластера зачастую пространственно отделены друг от друга и удалены от основного рынка сбыта, существенное значение имеет качество дорожно-транспортной инфраструктуры. Рекомендуется создание новых объектов придорожного сервиса по маршрутам прохождения существующих и перспективных туристических потоков.

Важнейшим условием реализации кластерных инициатив является интенсивность инвестиционного процесса, который напрямую зависит от инвестиционной политики администрации региона, направленной на создание благоприятного инвестиционного климата.

При этом, учитывая недостаточную рентабельность отрасли на текущий момент, на 1-ом этапе реализации Стратегии ключевую роль должны сыграть бюджетные инвестиции в базовые объекты. По факту, на территории большей части туркластеров базовыми объектами являются государственные организации, подведомственные Министерству природных ресурсов (природные парки), Министерству культуры (государственные музеи) и Министерству спорта и молодёжной политике (спортивные комплексы). Дальнейшее развитие данных объектов с учетом кластерного подхода на начальном этапе реализации Стратегии позволит увеличить турпоток, сделав отрасль привлекательной для частного бизнеса.

В соответствии с федеральной целевой программой объёмы финансирования по источникам в отрасли определены в следующих пропорциях: федеральный бюджет – 25-30%, региональный и муниципальный бюджеты – 5-10%, частные инвестиции – 65-70%. Данное распределение представлено по проектам, реализуемым на основе принципов государственно-частного партнёрства с участием федерального бюджета. С учетом того, что на территории Свердловской области пока не было реализовано ни одного проекта в сфере туризма с участием федерального бюджета, региону следует рассчитывать прежде всего на собственные силы (инвестиции из областного и муниципального бюджета, частные инвестиции).

Финансовая поддержка из федерального бюджета будет оказана региону в рамках подготовки региона к мероприятиям федерального масштаба (Чемпионат Мира по Футболу – 2018г., World Expo – 2020), что станет основой для масштабного привлечения частных инвестиций.

Исходя из этого, принципиально важно закрепить в Стратегии необходимость мер по стимулированию частных инвестиций в сферу туризма.

В связи с низкой рентабельностью туристического бизнеса, в настоящее время привлечение крупного бизнеса в данную сферу маловероятно в среднесрочной перспективе (за исключением вышеперечисленных крупнейших проектов, реализуемых в Екатеринбурге). Соответственно, на первом этапе реализации Стратегии, на территории каждого кластера необходимо сформировать пул стратегических инвесторов из числа субъектов малого и среднего предпринимательства, готовых развивать бизнес в сфере туризма на долгосрочной основе. Несмотря на то, что активное участие малого предпринимательства не обеспечит существенный рост совокупного объема инвестиций в сферу туризма, это окажет положительные эффекты на увеличение объёма платных услуг в отрасли, будет способствовать созданию новых рабочих мест и генерировать туристический поток – обязательное условие будущих инвестиций со стороны крупного бизнеса.

Поскольку проекты в сфере туризма имеют межотраслевой характер необходимо создание на территориях кластеров постоянно действующих неформальных институтов (в форме экспертных или рабочих групп, муниципальных советов по развитию туризма) по анализу государственных и частных инициатив в сфере туризма. В работе групп должны принимать участие представители профильных органов исполнительной власти, администрации территорий, на которых планируется реализация проектов, представители туристических компаний. Данные рабочие группы должны на начальной стадии определить реалистичность проекта, его значение для развития туризма на территории, оказывать содействие инициаторам в проработке, прохождении согласительных процедур, продвижении проекта и т.д.

Результатом реализации предложенного подхода станет формирование на основе развития и объединения отдельных кластеров брендируемых инфраструктурно - обустроенных и продуктово - связанных маршрутов:

- кольцевого маршрута «Самоцветное кольцо»: Екатеринбург – Невьянск – Висим – Нижний Тагил – Мурзинка – Алапаевск – Ирбит – Артемовский – Реж – Березовский – Екатеринбург; учитывая высокий уровень развития данных территорий с социальной, транспортной, туристской и экономической точек зрения, можно предположить, что

данный маршрут уже к концу первого этапа реализации Стратегии (2014 – 2020 гг.) может составить серьезную конкуренцию действующему федеральному маршруту «Золотое кольцо России»;

- широтного маршрута «Пояс Рифея»: Красноуфимск – Арти – Нижние Серьги (парк «Оленьи ручьи») – Екатеринбург – пос.Малышевский – Каменск – Уральский – Камышлов - Талица, проходящего с запада и востока Уральских гор вдоль федеральных автодорог Пермь – Екатеринбург и Екатеринбург – Тюмень; развитие этого маршрута сдерживается ограниченной пропускной способностью существующих федеральных дорог;

- меридионального маршрута «Уральский меридиан» (FETA-60 – From Europe To Asia по 60 меридиану): Екатеринбург – Невьянск – Висим – Нижний Тагил – Качканар – Верхотурье – Карпинск – Краснотурьинск – Североуральск; маршрут является северным продолжением Самоцветного кольца и в первую очередь должен быть ориентирован на активный туризм. Формирование этого маршрута требует значительных капитальных вложений в строительство объектов горнолыжных объектов, строительство дорожной инфраструктуры; соответственно, завершение его формирования связывается со вторым этапом реализации Стратегии (2020 - 2030 гг.).

3. Основными мероприятиями повышения качества туристских и сопутствующих услуг до международного уровня являются обеспечение соответствующей подготовки кадров, меры, направленные на повышение безопасности, целостная система сертификации качества предлагаемых туристских продуктов и услуг.

На рынке труда Свердловской области уже сегодня ощущается острый дефицит профессионально подготовленных кадров для индустрии туризма и гостеприимства, особенно на уровне линейного персонала (работники служб размещения и рецепции гостиниц, горничные, официанты, гиды, переводчики и т.д.), инженерных и технических служб, на уровне специалистов по созданию туристского продукта и специалистов по туристскому маркетингу.

Реализация инвестиционных проектов, предусмотренных Стратегией, предполагает создание дополнительно от 5000 до 10 000 рабочих мест в сфере туризма и гостеприимства, что может еще более обострить кадровую проблему. Необходимы срочные меры системного характера в сфере профессионального туристского образования Свердловской области:

1. Проведение мониторинга кадровых потребностей в сфере туризма и гостеприимства, выявление количественных и качественных параметров наиболее дефицитных специальностей;

2. Соответствующая мониторингу корректировка учебных планов учебных заведений в сторону увеличения доли практического обучения и выработки профессиональных навыков. При необходимости инициирование процесса изменения действующих государственных стандартов в сфере обучения и подготовки кадров для туристской индустрии;

3. Создание центров практического обучения при учебных заведениях и предприятиях сферы туризма и гостеприимства (например «тренинг-отель», «тренинг-ресторан», и т.п.);

4. Дальнейшее развитие системы ресурсных кадровых центров для индустрии туризма и гостеприимства;

5. Приоритетное развитие системы профессиональных училищ и техникумов (линейный персонал для индустрии туризма и гостеприимства).

Проблема обеспечения безопасности остается еще одним из серьезных сдерживающих факторов для развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области. Высокий уровень ДТП, сложная криминогенная ситуация, достаточно высокий риск техногенных и экологических аварий, связанный с высокой степенью индустриализации области негативно сказывается на развитии рынка туризма и гостеприимства.

Необходима комплексная система мер, направленная на обеспечение безопасности туристской деятельности:

1. Обеспечение безопасности при организации активных, спортивных, экстремальных и иных видах туризма, в соответствии с нормами действующего федерального и областного законодательства;

2. Обеспечение оперативного взаимодействия туристских предприятий, фирм, общественных организаций, областных и муниципальных структур с МЧС, службами спасения, силовыми структурами МВД и ФСБ, Федеральной Миграционной Службой, частными охранными предприятиями;

3. Дальнейшее развитие системы специализированного медицинского и имущественного страхования в сфере туризма и гостеприимства;

4. Мониторинг экологической ситуации на территории Свердловской области, оперативный учет данных мониторинга при планировании туристской деятельности и при проведении туристских мероприятий.

Реализация этих мер на уровне Свердловской области требует разработки комплексной программы повышения качества основных составляющих туристской индустрии: средств размещения (гостиницы, санатории, базы отдыха), средств транспорта, предприятий питания, услуг туристических компаний и экскурсионных бюро.

Определяющее значение здесь будут иметь: внедрение международных и национальных систем добровольной сертификации услуг, разработка и внедрение внутренних отраслевых стандартов обслуживания, формирование конкурентной среды и механизмов саморегулирования туристской отрасли, развитие системы профессионального туристского образования.

Обобщено мероприятия, необходимые для обеспечения конкурентоспособности туристической индустрии Свердловской области приведены в табл.2.

Таблица 2. Мероприятия, необходимые для обеспечения конкурентоспособности туристической индустрии Свердловской области на международном и российском рынках туристских услуг.

Условия конкурентоспособности	Требуемые мероприятия
Узнаваемый и уникальный туристический образ региона	1) Определение приоритетных целевых рынков / целевой аудитории. 2) Формирование и продвижение ассоциативного ряда на основе уникальных брендов: «горнозаводская культура», «наследие советской оборонной промышленности», «уральские самоцветы», «уральские горы», «Граница Европы-Азии», «Романовы на Урале» и т.д. 3) Формирование эффективной рекламной политики с использованием современных маркетинговых технологий
Разнообразие и уникальность туристического продукта	1) Модернизация существующих туристских объектов в соответствии с современными требованиями туристов. 2) Формирование уникальных для России и мира туристических предложений (индустриальный и минералогический туризма). 3) Формирование объектов туристического показа, предполагающих интерактивное участие туристов.
Транспортная доступность	1) Наличие понятной туристской навигации. 2) Развитие дорожной инфраструктуры и придорожного сервиса. 3) Развитие железнодорожного туризма, туров в формате «туристического поезда». 4) Развитие интегрированной сети мультимодальных перевозок. 5) Включение в российские и региональные туристические маршруты.
Безопасность отдыха. Формирование комфортной информационной среды	1) Развитие системы информационных центров для туристов. 2) Развитие волонтерского движения. 3) Реализация комплекса мер по лингвистической подготовке персонала объектов турпоказа, КСР и т.д. 4) Повышение уровня толерантности к туристам у местного населения. 5) Мониторинг экологической ситуации в регионе для соответствующего

	планирования туристской деятельности
Комплексный характер туристического продукта	1) Формирование тематических туристско-рекреационных кластеров. 2) Формирование зон отдыха для жителей крупных городов (Екатеринбург, Нижний Тагил, Каменск-Уральский). 3) Развитие дорожной сети и придорожной инфраструктуры в рамках отдельных туристско-рекреационных кластеров. 4) Разработка и продвижение комплексных туристических маршрутов (индивидуальных и групповых). 5) Проведение обучающих программ по формированию туристических продуктов для руководителей объектов тур. показа.
Комфортные и разнообразные условия проживания	1) Создание благоприятных условий для инвестирования в сферу туризма (содействие в поиске и оформлении земельных участков, формирование инвестиционных площадок, содействие в привлечении банковских ресурсов, формирование единообразного чёткого и понятного алгоритма организации бизнеса в сфере туризма на территории региона). 2) Введение процедуры добровольной паспортизации и сертификации объектов туристского показа и иных туристских аттракций 3) Проведение обучающих семинаров для персонала КСР. 4) Оказание финансовой поддержки субъектам туристической индустрии. 5) Формирование системы подготовки «линейного» персонала КСР.
Современные механизмы и способы донесения информации	1) Оборудование мест туристического показа современными информационными носителями, в том числе с использованием возможностей интернета 2) Создание и продвижение единого туристического портала Свердловской области. 3) Развитие устойчивой межрегиональной кооперации (формирование межрегиональных маршрутов, привлечение в Свердловскую область жителей соседних регионов, продвижение уникальных образов Урала на российском и международном рынках).
Бережное отношение к природе	1) Развитие волонтерского движения. 2) Совершенствование областного природоохранного законодательства. 3) Внедрение программ экологического воспитания граждан, прежде всего детей.

Раздел 4. Основные сценарии и результаты реализации Стратегии.

Стратегия социально-экономического развития Свердловской области, утвержденная постановлением Правительства Свердловской области от 27.08.2008 № 873-ПП (в ред. постановления от 29.12.2010 № 1910-ПП), рассматривает три варианта (сценария) развития области в долгосрочной перспективе: стабилизационно-инерционный, индустриально-модернизационный и инновационно-оптимистичный.

Стабилизационно-инерционный сценарий основан на принципах догоняющего технологического развития в условиях благоприятной мировой конъюнктуры на основе имеющихся инвестиционных планов крупных компаний преимущественно традиционного сектора темпами на уровне среднероссийских. Этот сценарий не соответствует целевым установкам опережающего развития Свердловской области, а потому не рассматривается в качестве целевого.

Индустриально-модернизационный сценарий предполагает ускоренное развитие промышленного комплекса как основы экономического роста в условиях благоприятной

мировой конъюнктуры. Следуя этому сценарию, к 2020 г. Свердловская область выйдет на уровень развития европейских стран докризисного 2007 г. – это среднедушевое производство валового регионального продукта 28,5 тыс.долл. по паритету покупательной способности, объем валового регионального продукта – 2,3 трлн. рублей (рост валового регионального продукта к уровню 2009 г. – в 2,7 раза в сопоставимых ценах). В промышленности будет достигнут рост производительности труда в 4 раза к уровню 2009 г., что соответствует уровню 2007 г. стран «большой семерки» (1,8 млн рублей на одного занятого в промышленности).

Инновационно-оптимистичный сценарий предполагает инвестиционно-инновационный прорыв в условиях благоприятной мировой конъюнктуры. Данный сценарий предусматривает достижение в 2020 году основных макроэкономических показателей стран «большой семерки» уровня 2020 года по минимальному варианту прогноза их развития: среднедушевое производство валового регионального продукта – 46,3 тыс. долл. по паритету покупательной способности, объем валового регионального продукта – 3,7 трлн. рублей (рост физического объема к уровню 2009 года в 4,5 раза).

Исходя из предложенной терминологии применительно к развитию туризма:

- Инновационно-оптимистичный сценарий означает, что Свердловская область удержалась в пятерке регионов – лидеров по объему туристического потока, став одной из ведущих туристских дестинаций Российской Федерации. Инновационно-оптимистичному сценарию развития экономики будет соответствовать опережающий сценарий развития туристской отрасли, характеризующийся превышением более чем в 1,5 раза среднероссийских темпов роста (на уровне 6 и более процентов в год для развития туристического потока; на уровне 6,9 и более процентов в год для роста объема затрат на туризм и путешествия). Реализация такого сценария возможна в условиях активного позиционирования Свердловской области как региона, благоприятного для туризма и путешествий, в результате существующих на сегодняшний день инфраструктурных ограничений, что требует увеличения в 1,5 – 3 раза (по сравнению с 2013 годом) объемов финансирования программы развития собственно туризма (до 190 – 250 млн.руб. в год) и до и направления до 570 – 750 млн.руб. на развитие инфраструктурных объектов, обеспечивающих развитие туристского потока (в первую очередь – автомобильных дорог). При существующих российских пропорциях (811 тыс.руб. ВРП на одно рабочее место в сфере туризма; 3 рабочих места в смежных отраслях на одно рабочее место в сфере туризма (рис.1 приложение 1), можно прогнозировать активизацию частного инвестирования, в результате чего может создаваться в год до 300 рабочих мест

собственно в туризме (до 1000 рабочих мест в смежных отраслях), что обеспечит прирост ВРП до 800 млн.руб. в год. Такой мультипликативный эффект имеет определяющее значение для развития проблемных территорий восточной и северной части Свердловской области, для которых туризм и связанные с ним отрасли являются практически единственным действенным инструментом развития.

- Индустриально-модернизационный сценарий применительно к развитию туризма означает преимущественное направление бюджетных средств на продвижение существующих туристических продуктов Свердловской области. Индустриально – модернизационному сценарию развития экономики будет соответствовать догоняющий сценарий развития туристской отрасли, ориентированный на приток частных инвестиций в уже обеспеченные туристическим потоком дестинации. При этом можно прогнозировать соответствие основных темповых показателей среднероссийским прогнозным значениям (4 процента в год для развития туристического потока; на уровне 4,6 процентов, в год для роста объема затрат на туризм и путешествия). Такой сценарий при минимальных затратах областного бюджета (на уровне 2013 года – около 130 млн.руб.) несет в себе существенные риски, связанные с минимальным социально – экономическим эффектом от развития туризма и потерями в связи с минимальным количеством создаваемых рабочих мест (которые, согласно статистике, можно отнести к «высокопроизводительным» - при уровне 811 тыс.руб. ВРП в год в ценах 2011 года).

- Стабилизационно-инерционный сценарий означает, что Свердловская область не выдержала конкуренции с другими регионами Российской Федерации за внешний туристический поток; в результате туристический поток области будет обеспечиваться только внутренними ресурсами (жителями области). Стабилизационно – инерционному сценарию развития экономики будет соответствовать латентный сценарий развития туристской отрасли, характеризующийся темпами развития в два и более раза ниже темпов роста, прогнозируемых в среднем для России (на уровне 2 и менее процентов в год для развития туристического потока; на уровне 2,3 и менее процентов в год для роста объема затрат на туризм и путешествия). Вероятность наступления такого сценария будет достаточно велика в случае непринятия действенных мер по развитию туризма, изложенных в настоящей Стратегии.

Основными целевыми индикаторами и прогнозными параметрами реализации Стратегии признаются следующие статистические показатели, отражающие:

- 1) Рост объема туристского потока:

- число прибытий в КСР (количество лиц, размещенных в КСР общего и специального назначения), в том числе российских и иностранных граждан;
- число ночевок в КСР общего и специального назначения, в том числе российских и иностранных граждан;

2) Уровень развития туристской индустрии:

- количество номеров/мест в КСР общего назначения;
- финансовый объем платных услуг коллективных средств размещения.

Прогнозные значения основных показателей развития туризма на период до 2030 года приведены в таблице 3 и приложении 5.

Таблица 3. Прогнозные значения основных показателей развития туризма

Наименование показателя	Специальный арий	Темп роста в год	Прогнозные значения показателей					2020 к 2012	2030 к 2020	2030 к 2012
			2012	2016	2020	2025	2030			
Число прибытий в КСР (количество лиц, размещенных в КСР общего и специального назначения), тыс. чел.	л	1,02	1300	1407,2	1523,2	1681,7	1856,7	1,2	1,2	1,4
	д	1,04		1520,8	1779,1	2164,6	2633,6	1,4	1,5	2,0
	о	1,06		1641,2	2072,0	2772,8	3710,6	1,6	1,8	2,9
Число ночевок в КСР общего и специального назначения, тыс. ед.	л	1,015	4700	4988,4	5294,5	5703,7	6144,5	1,1	1,2	1,3
	д	1,025		5187,9	5726,5	6479,0	7330,4	1,2	1,3	1,6
	о	1,035		5393,4	6189,0	7350,6	8730,2	1,3	1,4	1,9
Количество мест в КСР общего назначения, тыс. ед.	л	1,01	31,5	32,8	34,1	35,8	37,7	1,1	1,1	1,2
	д	1,02		34,1	36,9	40,7	45,0	1,2	1,2	1,4
	о	1,03		35,5	39,9	46,3	53,6	1,3	1,3	1,7
Объем платных услуг коллективных средств размещения (объем платных услуг гостиниц, санаторно-оздоровительные услуги), млн. рублей	л	1,023	6650	7283,2	7976,8	8937,3	10013,4	1,2	1,3	1,5
	д	1,046		7960,6	9529,6	11932,6	14941,4	1,4	1,6	2,2
	о	1,069		8684,3	11340,8	15831,9	22101,4	1,7	1,9	3,3

Согласно выполненным расчетам в условиях:

- опережающего сценария («о») к 2030 году число прибытий в коллективных средствах размещения может возрасти в 2,9 раза к уровню 2012 года и превысить 3,7 млн.чел. в год, количество мест в коллективных средствах размещения может увеличиться в 1,7 раза к уровню 2012 г. (что предполагает ввод в эксплуатацию до 600 новых гостиничных номеров ежегодно), объем платных услуг увеличиться в 3,3 раза и превысить 22,0 млрд.руб.;

- догоняющего сценария («д») строительство новых средств размещения в соответствии с ростом туристического потока будет происходить более медленными темпами – 370 номеров в год, туристический поток увеличится в 2 раза, а объем платных услуг не превысит 15,0 млрд.руб.в год;

- латентного сценария («л») показатели роста отрасли будут минимальны: число номеров увеличится лишь на 20% к уровню 2030 года, что будет явно недостаточно для полноценного использования туристского потенциала области.

Для индустриальной Свердловской области интенсивное развитие туризма, обеспечивающего создание дополнительных рабочих мест в смежных отраслях (транспорт, связь, общественное питание, сельское хозяйство, ремесленничество, пищевая промышленность, сфера развлечений, отдыха, торговля), выступает одним из основных условий коренного улучшения качества жизни жителей области, особенно – жителей малых и средних городов, способствуя росту их доходов. Поэтому в качестве целевого целесообразно принимать опережающий сценарий развития туристской отрасли, соответствующий инновационно-оптимистичному сценарию развития экономики.