



УКАЗ

ГУБЕРНАТОРА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

13.02.2015

№ 70-УГ

г. Екатеринбург

Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года

В соответствии со статьей 8 Закона Свердловской области от 31 декабря 1999 года № 51-ОЗ «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области»

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить Стратегию развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года (прилагается).

2. Контроль за исполнением настоящего указа возложить на Первого Заместителя Председателя Правительства Свердловской области — Министра инвестиций и развития Свердловской области А.В. Орлова.

3. Настоящий указ опубликовать в «Областной газете».

Губернатор
Свердловской области



Е.В. Куйвашев

УТВЕРЖДЕНА
Указом Губернатора
Свердловской области
от 13.02.2015 № 70-УГ
«Об утверждении Стратегии
развития внутреннего и въездного
туризма в Свердловской области до
2030 года»

СТРАТЕГИЯ
развития внутреннего и въездного туризма
в Свердловской области до 2030 года

Раздел 1. Общие положения

Туризм в современном мире — это не только отрасль экономики, но и важное социальное явление, которое открывает людям возможность знакомства с историей и культурой разных народов, взаимного обмена опытом и знаниями.

В настоящее время в Российской Федерации уделяется большое внимание государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма.

В распоряжении Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны, там же определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма.

Во исполнение поручения Президента Российской Федерации о необходимости разработки и утверждения долгосрочной комплексной стратегии развития въездного и внутреннего туризма, а также в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» разработана Стратегия развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года.

Под «Стратегией развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года» понимается взаимосвязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность государственных программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического характера, обеспечивающая эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в Свердловской области.

Настоящая стратегия является основным документом стратегического планирования туристской индустрии и соответствует Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года, утвержденной постановлением Правительства Свердловской области от 27.08.2008 № 873-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года».

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 за счет увеличения доли туризма в валовом региональном продукте Свердловской области. 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, расположенных на территории Свердловской области, включая моногорода, за счет диверсификации.

Настоящая стратегия предназначена определить приоритеты развития отдельных видов туризма в долгосрочной перспективе, обеспечить согласованность действий исполнительных органов государственной власти Свердловской области, органов местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, и субъектов туристской индустрии, определить приоритетные механизмы консолидации ресурсов субъектов туристской индустрии для получения максимального социально-экономического эффекта.

Целевые показатели развития туризма в Свердловской области на период до 2020 года соответствуют целевым показателям развития туризма в Российской Федерации, установленным Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.

Настоящая стратегия разработана в соответствии с:

Федеральным законом от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08.2011 № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»;

постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы»;

распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»;

Законом Свердловской области от 31 декабря 1999 года № 51-ОЗ «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области»;

постановлением Правительства Свердловской области от 27.08.2008 № 873-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года»;

постановлением Правительства Свердловской области от 17.11.2014 № 1002-ПП «Об утверждении государственной программы Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 года»;

рекомендациями Всемирной туристской организации, Всемирного совета по туризму и путешествиям, Российского Союза Предприятий (учреждений, организаций) Туристской Индустрии;

рекомендациями Совета по развитию туризма в Свердловской области.

Настоящая стратегия логически продолжает плановые документы, реализуемые в сфере туризма в предыдущие годы, полностью учитывает мировые тенденции и современное состояние отрасли в контексте текущих и перспективных задач государственного управления в сфере экономики, культуры, патриотического воспитания молодежи, социального обеспечения граждан, физической культуры и спорта, образования, содействия занятости и сохранения природных и культурно-исторических ресурсов страны.

Настоящая стратегия закладывает основу для понимания перспективных задач, стоящих перед отраслью, и становится инструментом формирования планов работы исполнительных органов государственной власти Свердловской области и участников туристских организаций, ориентации предпринимательской инициативы граждан в сфере туризма.

Раздел 2. Мировые тренды развития туристской отрасли, тенденции развития туризма в Российской Федерации

В мировой экономике на долю туризма в 2012 году приходилось 9 процентов внутреннего валового продукта (далее — ВВП) (более 6 трлн. долларов США) и более 255 миллионов рабочих мест. Поступления от международного туризма по всему миру в 2012 году достигли 1,075 млрд. долларов США по сравнению с 1,042 млрд. долларов США в 2011 году.

Основными мировыми трендами, определяющими развитие туризма в долгосрочной перспективе, признаются следующие.

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

Основными факторами, способствующими ускоренному росту туризма как отрасли мировой экономики, являются 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;

рост расходов туристов, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию в ряде стран;

повышение интереса населения к культурно-познавательному и природно-ориентированному туризму;

упрощение процедуры бронирования и приобретения туров и авиабилетов (в результате развития интернет-технологий).

Для Российской Федерации эксперты Всемирного совета по туризму и путешествиям прогнозируют аналогичные темпы роста, рассчитывая, что в ближайшие десять лет объем валового регионального продукта, обеспечиваемого туристскими отраслями, возрастет более чем в 1,5 раза (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 1):

с 752 млрд. рублей в 2011 году до 1,16 трлн. рублей к 2022 году в базовых ценах 2011 года (2,1 трлн. рублей в текущих ценах) для туристской отрасли (гостиницы, туристские агентства, пассажирский транспорт, ориентированный на перевозку туристов);

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

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

В результате доля туризма и связанных с ним отраслей в общем объеме валового регионального продукта Российской Федерации возрастет до 6 процентов, в общей занятости — до 5,9 процента, в общем объеме инвестиций — до 2,6 процента (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 2).

2. Устойчивый рост числа путешествующих.

На протяжении последних трех лет, согласно данным Международной туристской информационной системы путешествий, 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 процента больше, чем в 2011 году. Количество внутренних поездок в мире в 2012 году увеличилось на 2 процента и достигло 5,77 млрд. единиц, число международных поездок возросло на 4 процента и составило 1,03 млрд. единиц (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 3).

Основу мирового международного туристского потока составляют туристы из числа представителей среднего класса быстро растущих экономик Индии, Китая, Юго-Восточной Азии, Восточной Европы (включая Россию). Самый быстрый рост туристских прибытий (7 процентов) был зарегистрирован в Азиатско-Тихоокеанском регионе, далее следуют Африка (6 процентов), Южная Америка и Северная Америка (5 процентов). Число международных туристских прибытий в Европе, наиболее посещаемом регионе мира, увеличилось на 3 процента. Ближний Восток, число международных туристских прибытий которого уменьшилось на 5 процентов, до сих пор не смог преодолеть негативные тенденции, связанные с политической и военной нестабильностью в регионе.

Туристская отрасль за последние три года практически полностью преодолела последствия кризиса 2009–2010 годов. Общий объем затрат на путешествия в 2012 году более чем в 1,3 раза превысил аналогичные показатели 2010 года и составил 2,3 трлн. рублей, в том числе затраты на въездные путешествия — 497,6 млрд. рублей, затраты на внутренние поездки — 1,8 трлн. рублей — на 7,8 процента больше уровня 2010 года, что свидетельствует о росте доходов и изменении жизненных ценностей населения (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 4).

Прогнозируется, что в течение ближайших десяти лет рост затрат на путешествия продолжится: для международных прибытий — на уровне 1,9 процента в год, для внутренних путешествий — на уровне 4,6 процента в год (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 5). В результате суммарный объем затрат на путешествия в 2022 году может достигнуть почти 6,0 трлн. рублей в текущих ценах, в том числе (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 4):

на въездные путешествия — 1,0 трлн. рублей, что в 2,1 раза выше достигнутого уровня 2012 года;

на внутренние путешествия — 4,9 трлн. рублей, что в 2,7 раза выше достигнутого уровня 2012 года.

На международном туристском рынке увеличивается популярность Российской Федерации как туристской дестинации. В 2012 году международная популярность Российской Федерации достигла максимального уровня. На долю Российской Федерации в 2012 году приходилось 4,8 процента всего туристского потока в мире, а число международных прибытий в 2012 году на 12 процентов превысило аналогичный показатель 2011 года. По темпам роста международной популярности Российская Федерация обогнала Швейцарию, Норвегию, Австрию и другие европейские страны — традиционные центры въездного туризма (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 6).

По данным Всемирной туристской организации при Организации объединенных наций, в Российской Федерации рост числа прибытий иностранных граждан в 2011 году составил 11,9 процента, в 2012 году — 13 процентов. При этом объем поступлений от туризма соответственно в 2011 году — 11,328 млрд. долларов США и в 2012 году — 10,759 млрд. долларов США.

Несмотря на рост международной популярности Российской Федерации, более 3/4 генерируемого отраслью объема ВВП обеспечивается внутренним туризмом (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 7), что соответствует международной практике. В частности, в 2012 году на долю внутренних путешествий пришлось 78,6 процента общих затрат туристов (1,8 трлн. рублей), на долю въездных путешествий — лишь 21,4 процента (497,6 млрд. рублей). Прогнозируется, что эта тенденция будет сохраняться и к 2022 году, вклад внутреннего туризма в объем ВВП, генерируемый отраслью, увеличится до 82,7 процента и превысит 4,9 трлн. рублей, в то время как международными путешественниками будет обеспечиваться лишь 17,3 процента, генерируемого отраслью объема ВВП (1,0 трлн. рублей).

3. Дифференциация туристского 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 процентов возросло количество поездок продолжительностью 1–3 ночи, при этом другие, более длительные поездки, сократились более чем на 2 процента. В среднем общая продолжительность поездок за 2012 год сократилась на 3 процента 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 году сократился на 1 процент, в то время как городские туры увеличились на 14 процентов, а бизнес-поездки — на 8 процентов.

В противоположность пассивному (пляжному) отдыху формируется направление активного отдыха, так называемый «приключенческий» туризм, который наряду с турами, требующими специальной подготовки, включает в себя туры в сфере экологического, культурного, сельского туризма, предполагающий пешеходные (велосипедные) прогулки и не требующий специальной подготовки. Согласно экспертным оценкам емкость этого сегмента в 2012 году превысила 89 млрд. долларов США (без учета затрат на авиаперелеты), что на 17 процентов выше уровня 2009 года².

Ориентация туристского продукта на активные виды туризма отражена в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (на 2011–2018 годы), утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08.2011 № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», согласно которой в Российской Федерации к 2016 году более чем на 1,5 млн. человек сократится туристский поток, ориентированный на пляжный отдых. К 2016 году должны сформироваться самостоятельные туристские потоки в сфере следующих видов туризма: делового (5 млн. человек), автомобильного (4 млн. человек), активного (2,5 млн. человек), экологического (1,6 млн. человек) (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 8).

Интерпретация отдыха как смена вида 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

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

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

малодоступные места (рост популярности экологического, сельского туризма, активных видов туризма).

Одним из очевидных трендов последних 5–7 лет в Российской Федерации стал бурный рост внутреннего туризма в формате туров выходного дня, поездок на праздники и выходные. Данный процесс связан со значительным ростом численности представителей среднего класса в крупных российских городах и общим повышением «транспортной мобильности» населения. Туристские поездки в формате туров выходного дня совершаются как организованно (с помощью туристских фирм), так и самостоятельно, на основе отзывов, рекомендаций, с помощью путеводителей, информационных интернет-ресурсов, спутниковой системы 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 привлекательными объектами 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.

Демографические изменения, растущая популярность туристских продуктов как формы восстановления сил формируют новую тенденцию. Все большую популярность набирает «медицинский туризм», который включает весь спектр рекреационных и профилактических услуг — спорт, фитнес, косметологические и СПА-процедуры, расслабляющий, восстановительный отдых и лечение.

Согласно экспертным оценкам емкость этого сегмента в мире оценивается в 40–60 млрд. долларов США с темпом роста до 20 процентов в год. Согласно данным Международной туристской информационной системы путешествий с оздоровительными целями в 2011 году в мире было совершено более 9,4 млн. поездок, или 2,4 процента всех выездных туров в Европе. За последние пять лет сегмент оздоровительного отдыха в Европе вырос на 38 процентов³.

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 многовозрастных туристских предложений, в результате чего стандартное предложение на туристский продукт «2 родителя + 1–2 ребенка» изменится на предложение «1–2 родителя + 1–2

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

ребенка + 1–2 бабушка-дедушка», что потребует формирования туристского продукта, учитывающего интересы и особенности потребления всех поколений.

В последние годы отчетливо прослеживается тенденция к усилению мер по охране окружающей среды, что диктует необходимость организации отдыха в контексте «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 социальными потрясениями. Не меньшее негативное влияние на туристские потоки оказывают природные и техногенные катастрофы, эпидемии. При выборе маршрута туристы также учитывают общую криминогенную ситуацию в стране и регионе, уровень загрязнения окружающей среды, иные потенциальные риски.

5. Усиление конкуренции на туристском рынке в результате появления все большего числа стран с амбициозными экспансивными планами привлечения туристов, достижение пика насыщения некоторых форм и видов туризма, предлагаемых туристскими центрами и странами, что определяет необходимость формирования и продвижения яркого, уникального и узнаваемого туристского бренда. Сегодня наиболее востребован туристский продукт, вызывающий ясные, четкие и положительные ассоциации у потенциального потребителя.

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

Информация, размещенная в сети Интернет и в первую очередь в социальных сетях, блогах (Facebook и Twitter), определяет выбор места отдыха. Согласно исследованию компании Google в 2011 году 40 процентов путешественников планировали свой отдых на основе фотографий, видео, мнений о гостиницах и местах показа, выложенных в социальных сетях.

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

6. Повышение требований к качеству туристского продукта за умеренную цену. В большинстве случаев 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 обращения особого внимания на вопросы сертификации качества туристских услуг и продуктов, категорирования средств размещения и питания, соответствующей подготовки линейного и управленческого персонала организаций социально-культурного сервиса и туризма.

Конкурентоспособность туристской индустрии Свердловской области на мировом и российском рынках туристских услуг, а также соответствие

перечисленным выше мировым тенденциям будут обеспечены за счет формирования:

яркого, узнаваемого туристского бренда региона, отражающего культурно-исторические, природные, географические особенности Свердловской области;

развитой системы транспортных коммуникаций (автомобильный, железнодорожный, воздушный, речной транспорт), обеспечивающих доступность 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, наличия туров в сфере познавательного, активного, сельского, экологического и рекреационного 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;

готовности 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 деятельность саморегулируемых организаций, систем сертификации и аккредитации;

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

Соответственно реализацию мероприятий настоящей стратегии предполагается осуществлять в два этапа, соответствующих правилам бюджетного процесса и долгосрочного прогнозирования:

I этап — 2014–2020 годы — соответствует периоду реализации принимаемых государственных программ Свердловской области;

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

Раздел 3. Туристский потенциал и состояние сферы туризма в 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 этим 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 — Уральские горы, наиболее известными вершинами которых являются Конжаковский камень (1569 метров над уровнем моря — самая высокая вершина на территории Свердловской области), Денежкин камень (1495 метров), Серебрянский камень (1305 метров), Кумба (921 метр), Качканар (887,6 метра), а также большое число рек и озер;

3) минералогические особенности:

так называемая «самоцветная полоса», протянувшаяся 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: топазов, турмалинов, изумрудов, аметистов, горного хрусталя;

крупнейшие в мире месторождения асбеста (г. Асбест), железных руд (г. Нижний Тагил), ванадиевых руд (г. Качканар), изумрудов (п. Малышевский), золота (г. Березовский);

4) исторические особенности, связанные с:

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

формированием в XVIII—XIX веках российской промышленности («горно-заводской цивилизации»), городов и поселков-заводов Невьянск, Нижний Тагил, Висим, Алапаевск в результате деятельности первых российских промышленников из рода Демидовых и Яковлевых;

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); Алапаевская узкоколейная железная дорога — одна из крупнейших узкоколейных железных дорог с шириной колеи 750 мм на территории Российской Федерации;

жизнью и деятельностью людей, внесших значительный вклад в историю, культуру и политику Российского государства. Здесь родились или жили в разное время: изобретатель радио А.С. Попов (г. Краснотурьинск), композитор П.И. Чайковский (г. Алапаевск), первый Президент Российской Федерации Б.Н. Ельцин (с. Бутка, Талицкий район), русские писатели Д.Н. Мамин-Сибиряк (пос. Висим, г. Нижний Тагил) и П.П. Бажов (г. Екатеринбург);

5) культурные особенности, связанные с традиционными ценностями русского народа (мастерство, умение, красота, природа, родина, русский дух), которые нашли отражение в развитии традиционных народных ремесел и промыслов малых народов Урала (уральская роспись, обработка камня, металла, резьба по дереву, изготовление кукол-оберегов).

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

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

Глава 1. Культурно-познавательный туризм

На территории Свердловской области расположены 942 памятника истории и архитектуры, в том числе 79 памятников федерального значения. История Свердловской области нашла отражение в экспозициях 111 государственных и муниципальных музеев, более 700 ведомственных и частных музеев (в том числе 532 школьных музеев).

Нижнесинячихинский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства (туристский поток — около 65 тысяч человек в год) представляет собой историко-культурный и ландшафтный музейный парк. Жемчужина Невьянского историко-архитектурного музея — Невьянская наклонная башня Демидовых (посещаемость — около 100 тысяч человек в год). Верхотурский Кремль (посещаемость — около 50 тыс. человек в год) — один из двух находящихся в азиатской части России каменных кремлей, построен в начале XVIII века по приказу Петра Великого. В последнее время в регионе появились новые интересные музеи и музейные комплексы: Музей Владимира Высоцкого (г. Екатеринбург, частный музей), Литературно-музейный центр «Дом Окуджавы» (г. Нижний Тагил, муниципальный центр культуры), Художественный музей Эрнста Неизвестного (г. Екатеринбург, филиал Свердловского областного краеведческого музея). Популярны среди туристов музейные комплексы, посвященные советскому наследию и уральской промышленности: Музей бронетанковой техники (г. Нижний Тагил), Нижнетагильский музей-заповедник «Горнозаводской Урал», Музей истории военной техники (г. Верхняя Пышма), Ирбитский государственный музей мотоциклов (г. Ирбит).

С трагедией царской семьи на Урале сегодня во многом связано бурное развитие паломничества и культурно-религиозного 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 памятниками истории и культуры XVIII века.

Глава 2. Событийный туризм

Ежегодно в Свердловской области проводится более 50 различных событийных фестивалей, турниров, ярмарок, марафонов разной направленности — музыкальные, спортивные, фольклорные, театральные. Семейный парк развлечений «ГлавЕлка» и спортивный фестиваль «Ледовый штурм», международный туристский форум «Большой Урал» и уникальный «Турнир косарей», Ирбитская ярмарка и Международный джазовый фестиваль «Ural Terra Jazz, или Джаз на Пышме», «Майская прогулка», «Горный марафон — Конжак», дни чествования всех 47 городов Свердловской области.

В Свердловской области специально разработан календарь событийных мероприятий региона, который представляет собой каталог-презентацию главных культурных, спортивных и деловых событий региона. На страницах каталога представлены программы каждого мероприятия, анонсы новинок и живые фотографии с «места действия». Не меньшее внимание в справочнике уделено удобной навигации и практическим сведениям, необходимым для организации самостоятельной событийной поездки. Точки проведения мероприятий обозначены на карте Свердловской области, даны подробные адреса событийных площадок, варианты размещения и контакты организаторов мероприятий.

Событийный туризм позволяет не только укрепить имидж региона на внутреннем и внешнем рынках как открытого и гостеприимного субъекта, но и безусловно создает импульс для развития туристской инфраструктуры, привлекая новые туристские потоки в область.

Глава 3. Активный отдых

На территории региона созданы и действуют:

11 горнолыжных комплексов, которые ежегодно посещают более 800 тысяч 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.

Размещенные в отдаленных территориях природные парки становятся точками формирования целых туристских комплексов, развивая партнерские сети и привлекая частные компании, которые предоставляют услуги по размещению (загородные гостиничные комплексы и гостевые дома), организации активного отдыха (конные прогулки, сплавы, туры на снегоходах и квадроциклах).

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

Глава 4. Минералогический туризм

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 года начали работу интерактивные туристские центры по промывке золота и посещению золотодобывающих шахт на «родине первого российского золота» в городе Березовском, поиску изумрудов на одном из трех крупнейших мировых месторождений этого драгоценного камня (рабочий поселок Малышева).

Глава 5. Промышленный и индустриальный туризм

Свердловская область обладает уникальным по запасам и разнообразию природно-ресурсным потенциалом, развитым промышленным комплексом, развитой транспортной и энергетической инфраструктурой. Современная хозяйственная структура региона имеет ярко выраженную индустриально-сырьевую направленность. Это делает возможным развитие в округе такой уникальной и перспективной разновидности культурно-познавательных туристских программ, как промышленный туризм. В рамках данного направления планируется создание туристского комплекса индустриально-ландшафтного парка «Демидов-парк» в городе Нижний Тагил.

Глава 6. Сельский туризм

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

Глава 7. Санаторно-оздоровительный туризм

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

Вместе с тем на территории области минимально представлены туристские объекты проактивной направленности. В области отсутствуют этнокультурные и агропромышленные парки. Большинство музейных экспозиций 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), 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 развитии 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 процента всех посещений. Екатеринбург является административным центром Уральского федерального округа. В городе функционируют более 25 дипломатических и торговых представительств иностранных государств. На территории построен современный международный выставочный центр «Екатеринбург-ЭКСПО» (50 тыс. кв. метров).

Анализ современного состояния и стратегических направлений развития туризма в Свердловской области необходимо проводить с учетом неравномерного территориального развития Свердловской области в части обеспеченности туристскими ресурсами и структуры экономики муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области.

В настоящее время к факторам, препятствующим активному развитию внутреннего и въездного туризма в регионе, следует отнести вопросы, связанные с развитием туристской и обеспечивающей инфраструктуры Свердловской области.

Внутриобластная система транспортных коммуникаций (автомобильный, железнодорожный, воздушный, речной транспорт) и сопровождения туристов требует развития в целях обеспечения доступности основных видов туристских ресурсов Свердловской 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 93 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 (рост составляет 5–7 процентов в год) актуальной становится задача реконструкции автомобильных дорог с повышением их пропускной способности, особенно в зонах концентрации населения

⁴ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с. — С. 664—665.

Свердловской области (города с численностью населения от 70–100 тысяч человек и прилегающие территории).

Общая протяженность железнодорожных путей общего пользования на территории Свердловской области в 2012 году составила 3523,8 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, превышающих 200 км, в число которых попадают города, отличающиеся высоким туристским потенциалом, — Верхотурье, Краснотурьинск, Ирбит, Красноуфимск, Камышлов.

Дополнительным фактором, обуславливающим необходимость формирования развитой системы внутриобластных транспортных коммуникаций, является рост транзитного пассажиропотока в результате развития системы межрегиональных сообщений. Аэропортом «Кольцово» в 2013 году впервые за последние 23 года было обслужено 4 миллиона 293 тысячи пассажиров. Кроме того, в 2013 году был достигнут еще один рекорд: впервые за последние двадцать лет месячный объем пассажиропотока аэропорта «Кольцово» вырос до своего исторического максимума — более полумиллиона пассажиров.

По итогам трех кварталов 2014 года международный аэропорт «Кольцово» обслужил 3544,7 тысячи человек, что на 7,7 процента больше в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Пассажиропоток на внутрироссийских рейсах с начала 2014 года увеличился на 13,9 процента по сравнению с соответствующим периодом 2013 года и составил 1839,6 тысячи человек, на международных рейсах было обслужено 1705,2 тысячи человек (+ 1,8 процента).⁷

Станция Екатеринбург-пассажирский ежедневно отправляет более 30 поездов дальнего следования, из которых 10 — фирменные⁸. В 2013 году с вокзалов и станций железных дорог в границах Свердловской области отправлено 18,46 млн. пассажиров, что на 11 процентов меньше, чем в 2012 году. Из них в поездах дальнего следования отправлено 3,7 млн. пассажиров, а поездами пригородного сообщения — 16,87 млн. пассажиров.

⁵ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Р32 Стат. сб. / Росстат. — М., 2011. — 990 с. — С. 379—380.

⁶ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Р32 Стат. сб. / Росстат. — М., 2011. — 990 с. — С. 662—663.

⁷ <http://www.koltsovo.ru/ru/novosti/001205>

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 Международного Демидовского фонда, созданного по инициативе ЮНЕСКО, за возрождение и сохранение индустриального, духовного и культурного наследия России.

За 9 месяцев 2014 года с вокзалов и станций Свердловской железной дороги в границах Свердловской области отправлено около 12,9 млн. пассажиров, что на 10 процентов меньше, чем за аналогичный период 2013 года. Из них в дальнем следовании отправлено 2,5 млн. пассажиров, в пригородном сообщении — 10,37 млн. человек. С вокзалов и станций Горьковской железной дороги в границах Свердловской области отправлено порядка 170 тыс. пассажиров.

Другим фактором, сдерживающим рост туристского потока на территории области, является отсутствие достаточной придорожной инфраструктуры (объектов сервиса, автозаправочных станций, кемпингов, мини-маркетов, кафе) и информационной среды (знаков туристской навигации, в том числе на английском языке, единой информационной базы туристских ресурсов), удобного графика работы объектов туристского показа, условий оперативного реагирования на возникновение чрезвычайных ситуаций (обеспеченность маршрутов движения мобильной и интернет-связью, возможностью оперативного реагирования служб Главного управления Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий по Свердловской области).

Расположение объектов коллективных средств размещения (далее — КСР) по территории области не соответствует существующему и перспективному туристскому потоку. Общее число КСР на территории Свердловской области в 2013 году составило 500 единиц. Общий объем номерного фонда превысил 14,6 тыс. номеров. Количество размещенных в 2013 году составило 1,3 млн. человек (приложение № 2 к настоящей стратегии, табл. 1).

По основным показателям деятельности КСР в 2013 году (число размещенных в КСР и объем платных услуг) Свердловская область занимает 6 место в рейтинге субъектов Российской Федерации (после Москвы, Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Московской области), являясь бесспорным лидером в сфере развития коллективных средств размещения в Уральском федеральном округе. Регион обеспечивает более 30 процентов ночевки, принимая более 1,3 млн. человек в КСР, более 43 процентов от объема платных услуг в сфере гостиничного и санаторно-оздоровительного бизнеса (6,7 млрд. рублей).

Однако качественный анализ состояния КСР выявляет ряд проблем, негативно влияющих на величину туристского потока на территории области. Большинство КСР сконцентрированы в крупных городах (Екатеринбург, Нижний Тагил), что не соответствует основным географическим направлениям внутриобластного туристского потока. Согласно данным, представленным органами местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, в 2012 году общий объем регистрируемого туристского потока (с учетом посещения объектов показа, КСР, событийных мероприятий) на территорию области (без учета города Екатеринбурга) составил порядка 1,6 млн. человек, из которых более 65 процентов составили посетители

объектов показа и музеев и только 13 процентов — гости КСР⁹ (приложение № 3 к настоящей стратегии). Такая ситуация демонстрирует 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 категорированных 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, были построены гостиницы, ориентированные, прежде всего, на бизнес-туристов. Крупные зарубежные гостиничные сети построили свои отели: Хаятт Ридженси Екатеринбург (321 номер), «Novotel Екатеринбург Центр» (168 номеров), «Park Inn Radisson» (160 номеров), Ramada Yekaterinburg (162 номера), Angelo Аэропорт-Отель Екатеринбург (211 номеров).

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

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

Общая численность занятых в сфере туризма и смежных секторах экономики по итогам 2013 года составила 75320 человек, формируя около 1,5 процента валового регионального продукта Свердловской области.

Однако более 1/3 занятых в сфере туризма 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.

Система профессионального образования в сфере социально-культурного сервиса и туризма представлена федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Уральский государственный педагогический университет», Екатеринбургским филиалом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Уральский государственный университет физической культуры», негосударственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Гуманитарный университет», негосударственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Уральский международный институт туризма», частным образовательным учреждением высшего образования «Институт

⁹ По Екатеринбургу ситуация прямо противоположная — здесь 27,1 процента регистрируемого туристского потока — гости коллективных средств размещения, еще 69,2 процента — участники различных событийных мероприятий (приложение № 3 к настоящей стратегии).

международных связей» и другими образовательными учреждениями высшего и среднего профессионального образования.

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.

С целью повышения качества оказания туристских услуг в Свердловской области большое внимание уделено подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров для туристской индустрии. Совместно с Федеральным агентством по туризму и Уральской ассоциацией туризма ежегодно проводятся добровольная аттестация и обучение для экскурсоводов, гидов-переводчиков и других работников туристской индустрии.

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 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, — международный туристский форум «Большой Урал», туристские выставки «Лето» и «Expotravel». Поддерживаются в актуальном состоянии информационно-туристские порталы «Уралинфотур» и «GoToUral».

Разработан интерактивный путеводитель в виде мобильного приложения для портативных устройств с возможностью самостоятельного формирования маршрутов, который позволяет получить полноценный конструктор маршрутов выходного дня по Свердловской области.

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 на территории области.

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

Анализ сильных и слабых сторон туристической индустрии Свердловской области

№ строки	Сильные стороны (преимущества)	Слабые стороны (недостатки)
1	2	3
1	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. Наличие в Екатеринбурге динамично развивающегося международного аэропорта «Кольцово» (с учетом проводимой реконструкции и трансформации в воздушный хаб федерального значения, прихода в аэропорт новых российских и зарубежных авиаперевозчиков)	Относительная удаленность области по отношению к основным туристским рынкам — крупным городским агломерациям Европейской части России (Москва, Санкт-Петербург, Самара, Нижний Новгород). Относительная удаленность Свердловской области от главных международных туристских потоков
2	Сложившийся в России «положительный образ» Свердловской области, как надежного региона. Наличие мощного туристского потенциала, большого разнообразия туристских ресурсов. Наличие достаточно большого количества туристских	Отсутствие уникального и привлекательного туристского образа Свердловской области в масштабах России и мира. Одностороннее восприятие Свердловской области исключительно как промышленного центра («Урал — опорный край державы...»).

1	2	3
	аттракций: памятников природы, музеев, объектов культурно-исторического наследия, объектов религиозного туризма	Отсутствие системы территориального туристского маркетинга
3	Возможность использования территории Среднего Урала как базы для линейных и радиальных путешествий по Уралу и Западной Сибири	Высокая конкуренция со стороны исторически сложившихся мировых и российских туристских центров — столичных городов, городов «Золотого Кольца» и южных городов, «оттягивающих» основные потоки туристов. Значительный уровень притязаний и соперничества со стороны городов-миллионников Российской Федерации (Казань, Нижний Новгород, Самара, Новосибирск) и Уральского федерального округа (Тюмень, Челябинск)
4	Значительные инвестиции в туристскую индустрию со стороны Правительства Свердловской области, создание основы для формирования туристских кластеров. Поддержка инвестиционных проектов и программ развития туризма в муниципальных образованиях, расположенных на территории Свердловской области, со стороны Правительства Свердловской области. Существенный рост спроса на рынке внутреннего туризма со стороны растущего среднего класса, что создает условия для роста инвестиций в туризм со стороны бизнеса	Недостаточный уровень коммерциализации имеющихся туристских ресурсов, дефицит туристских продуктов на рынке внутреннего и въездного туризма. Недостаточность стимулов для инвесторов в сфере туризма, высокий уровень бюрократизации согласительных процедур. Отсутствие комплексного подхода в организации туристского продукта территорий как на уровне муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, так и среди предпринимателей и потенциальных инвесторов. Низкий уровень развития горизонтальных партнерских связей между субъектами туристской деятельности территорий
5	Создание эффективной системы управления и координации туристской деятельности на уровне Правительства	Характерное для индустриальных регионов России недостаточное осознанное отношение к туризму как экономически важной сфере

1	2	3
	Свердловской области, создание государственного бюджетного учреждения Свердловской области «Центр развития туризма Свердловской области»	деятельности — и в широких слоях населения, и в органах управления областного и муниципального уровня. Отсутствие органов управления туристской деятельностью на уровне подавляющего большинства муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области
6	Хорошо развитая внутриобластная система транспортного сообщения: сети автомобильных и железных дорог	Ряд объектов туристского показа по-прежнему не имеют транспортной доступности, либо слабо доступны. Низкое качество дорожной инфраструктуры как в Екатеринбурге, так и по всей области, плохое качество автомобильных дорог. Многие участки автомобильных дорог имеют серьезные ограничения по скорости передвижения в связи с плохим качеством автодорожного покрытия и высоким уровнем аварийности. Перегруженность автомобильных дорог, дорожные пробки в Екатеринбурге, высокая аварийность на автомобильных дорогах области — серьезная угроза для развития туризма с точки зрения безопасности
7	Наличие в Екатеринбурге главных предпосылок развития делового туризма: 1) расположение органов управления Уральского федерального округа, Центрального военного округа; 2) наличие ряда дипломатических представительств, консульств зарубежных стран; 3) наличие большого количества успешных предприятий,	Дефицит современных специализированных конгрессных центров с большой площадью в Екатеринбурге

1	2	3
	занимающихся внешнеэкономической деятельностью; 4) большое количество представительств и офисов зарубежных и транснациональных компаний, международных банков, информационных центров и фондов	
8	Постоянно увеличивающееся количество современных отелей с развитой сервисной инфраструктурой	Дефицит КСР нужного формата и иной туристской инфраструктуры в непосредственной близости от туристских аттрактивных объектов (музеев, горнолыжных центров, объектов экотуризма). Крайне недостаточное количество отелей среднего класса и эконом-класса для размещения туристов (дефицит гостиниц класса 1–2 звезды в Екатеринбурге). Высокий уровень цен на проживание, сравнимый со столичными
9	Наличие в Екатеринбурге значительного количества торгово-развлекательных центров и крупнейшего в России аквапарка	Дефицит крупных туристских аттракционов в сегменте развлечений и семейного отдыха
10	Достаточно большое количество санаторно-курортных предприятий и баз отдыха, ряд которых реконструирован или находится в стадии модернизации	Недостаточный уровень использования номерного фонда санаторно-курортных предприятий и иных КСР специального назначения для нужд иных видов внутреннего и въездного туризма
11	Значительное количество горнолыжных центров с развивающейся инфраструктурой	Относительно небольшие длина трасс и перепады высот в имеющихся горнолыжных центрах
12	Сложившаяся и развивающаяся система особо охраняемых природных территорий (природных парков), созданных и создаваемых в том числе и для развития экологического туризма	Крайне низкая экологическая культура граждан, недостаточное развитие программ утилизации бытовых отходов населения, несовершенство природоохранного законодательства, отсутствие у структур муниципального

1	2	3
		управления реальных ресурсов и полномочий по уборке мусора в рекреационных зонах вблизи крупных городов. Замусоривание территории — реальная угроза развитию туризма в Свердловской области
13	Высокая степень урбанизации населения области, что является 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, так как 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 автомобильного транспорта). 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
14	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
15	Южная часть Свердловской области, включая областной центр, — транзитная зона, через	Зависимость основного потока гостей в областной центр от городской бизнес-среды в случае

1	2	3
	которую проходят значительные пассажиропотоки на пути в другие города России, что 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 центров открывает реальные возможности для развития шопинг-туризма в Екатеринбурге	спада деловой активности может повлечь за собой сокращение притока туристов в Екатеринбург и Свердловскую область

Раздел 4. Стратегические цели и задачи развития туризма в Свердловской области

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.

Современный этап стратегического планирования развития туризма связан с необходимостью закрепления результатов, достигнутых на предыдущих этапах. Сегодня Свердловская область — лидер по ключевым показателям развития туристской индустрии в Уральском федеральном округе. Коллективные средства размещения Свердловской области ежегодно обеспечивают более 4,4 млн. ночевков (около 30 процентов от общего количества ночевков, предоставленных коллективными средствами размещения в Уральском федеральном округе) и более 8 млрд. рублей платных услуг в сфере гостиничного и санаторно-оздоровительного бизнеса (более 43 процентов от общего объема платных услуг в сфере гостиничного и санаторно-оздоровительного бизнеса в Уральском федеральном округе).

Туризм — это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. Достижение устойчивого роста въездного и внутреннего туризма в регион является одной из приоритетных задач в Свердловской области.

Для того чтобы соответствовать обозначенным требованиям туристская

индустрия области должна быть трансформирована в самодостаточную отрасль экономики, соответствующую мировым трендам, международным стандартам и лучшим отечественным практикам.

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

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующего комплекса задач:

1) развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующих видов деятельности (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений, образование);

2) повышение качества и конкурентоспособности туристских и сопутствующих услуг до международного уровня;

3) позиционирование и активное продвижение Свердловской области как региона, благоприятного для развития туризма, на международном и российском рынках туристских услуг;

4) поддержка и развитие ключевых видов внутреннего и въездного туризма. Решение поставленных задач приведет не только к достижению главной цели развития туризма в Свердловской области, но и позволит вывести следующие индикаторы развития туризма в регионе на более высокий уровень:

увеличение числа КСР;

создание новых рабочих мест и увеличение числа занятых лиц в туристской индустрии;

прибытие большего количества туристов;

привлечение инвестиций в основной капитал обеспечивающей инфраструктуры;

рост объема платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения.

Реализация настоящей стратегии обеспечивается за счет консолидации усилий и ресурсов органов государственной власти в сфере туризма и смежных отраслей всех уровней, туристских операторов, туристских агентов, организаций и лиц, предоставляющих отдельные туристские услуги, образовательных учреждений, готовящих кадры в сфере туризма, транспортных и страховых компаний и других участников туристской деятельности и институтов гражданского общества путем комплексного использования политических, организационных, социально-экономических, правовых, специальных и иных мер, разработанных в рамках стратегического планирования Свердловской области.

Реализация целей и задач настоящей стратегии требует привлечения внимания граждан региона к вопросам развития внутреннего и въездного туризма, осознания профессиональным сообществом и гражданским обществом в целом важности и перспективности мероприятий настоящей стратегии, проявления активной позиции населения в создании атмосферы гостеприимства в своем регионе и осуществления предпринимательской инициативы в сфере туристских услуг.

Раздел 5. Механизмы реализации мероприятий настоящей стратегии и оценка возможных рисков

Глава 8. Стимулирование развития и совершенствование туристской инфраструктуры

В последнее время, благодаря проведению активной политики развития туризма в Российской Федерации и вниманию к отрасли всех уровней власти, а также организации крупных международных спортивных и культурных событий, активно реализуются мероприятия, направленные на развитие туристской инфраструктуры.

В рамках настоящей стратегии развитие туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды целесообразно осуществлять посредством кластерного подхода и формирования туристско-рекреационных кластеров.

Целесообразность использования кластерного подхода на территории Свердловской области определена особенностями территориального развития туризма, сложившейся определенной туристской направленностью ряда территорий, необходимостью и возможностью 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.

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.

Проведенный анализ существующих туристских потоков на территории региона, имеющихся туристских объектов и наличия потенциала развития туристской индустрии позволяет сформировать 12 туристско-рекреационных кластеров. В приложении № 4 к настоящей стратегии представлена карта туристско-рекреационных кластеров с описанием каждого кластера в соответствии с ключевыми критериями.

Туристские кластеры предлагается формировать с учетом наличия следующих структурных единиц:

базовые объекты — 1–3 базовых предприятия туристской сферы, привлекающие наибольшее количество туристов (ежегодное количество посетителей от 40 тысяч и более человек);

дополнительные объекты — малые туристские объекты показа с ежегодным количеством посетителей от 5 до 40 тысяч человек;

инфраструктурные объекты — КСР, объекты общественного питания, предприятия, оказывающие дополнительные услуги. Успешное развитие туристского кластера 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 туристского потока возможно только при создании средств размещения и общественного питания;

объекты сопутствующей инфраструктуры — предприятия, обеспечивающие деятельность туристских и инфраструктурных объектов (туристские фирмы, транспортные организации, образовательные учреждения, консалтинговые и рекламные агентства). Особенностью развития сопутствующей инфраструктуры в Свердловской области является недостаток либо полное отсутствие на территориях местных предприятий, занимающихся туризмом.

Туристские, транспортные, рекламные и иные услуги в подавляющем большинстве случаев оказывают екатеринбургские компании, что не соответствует одной из ключевых целей формирования туристских кластеров — создание новых хозяйствующих субъектов на местах. Кроме того, отсутствие конкуренции ведет к снижению качества услуг и повышению цен.

Все объекты кластера должны быть связаны внутренними коммуникациями, единой маркетинговой и рекламной политикой, включены в единые туристские маршруты. Объединение нескольких туристских объектов позволит увеличить общий туристский поток, а также сделать туристскую отрасль на конкретной территории более привлекательной для бизнеса. Формируемый в рамках туристского кластера продукт учитывает не только возможности одного предприятия, но и возможности партнеров. В связи с этим ключевой фактор успешности кластера — это возможность создания условий для включения в процесс более широкого круга организаций.

Основным фактором успеха проекта туристского кластера является наличие подготовленной и инициативной управляющей компании. На первом этапе (2014–2020 годы) 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 учетом 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 партнерства или бюджетного учреждения, который возьмет на себя функции по дальнейшему развитию и продвижению туристского продукта.

Поскольку объекты туристского кластера 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 туристских потоков.

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

При этом, учитывая недостаточную рентабельность отрасли на текущий момент, на первом этапе реализации настоящей стратегии ключевую роль должны сыграть бюджетные инвестиции в базовые объекты. По факту, на территории большей части туристских кластеров базовыми объектами являются государственные организации, подведомственные Министерству природных ресурсов и экологии Свердловской области (природные парки), Министерству культуры Свердловской области (государственные музеи) и Министерству физической культуры, спорта и молодежной политики Свердловской области (спортивные комплексы). Дальнейшее развитие данных объектов с учетом кластерного подхода на начальном этапе реализации настоящей стратегии позволит увеличить туристский поток, сделав отрасль привлекательной для частного 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 исполнительных органов государственной власти Свердловской области, органов местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, на которых планируется реализация проектов, представители туристских компаний. Данные 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.

Реализация предложенного подхода в Свердловской области в долгосрочной перспективе (до 2030 года) на основе развития и объединения отдельных кластеров приведет к формированию следующих брендированных инфраструктурно обустроенных и продуктово связанных маршрутов:

кольцевой маршрут «Самоцветное кольцо Урала»: Екатеринбург – Невьянск – Висим – Нижний Тагил – Мурзинка – Алапаевск – Ирбит – Артемовский – Реж – Березовский – Екатеринбург; учитывая высокий потенциал развития данных территорий с социальной, транспортной, туристской и экономической точек зрения, можно предположить, что данный маршрут уже к концу первого этапа реализации настоящей стратегии (2014–2020 годы) может составить серьезную конкуренцию действующему федеральному маршруту «Золотое кольцо России»;

широтный маршрут «Пояс Рифея»: Красноуфимск – Арти – Нижние Серьги (парк «Оленьи ручьи») – Екатеринбург – пос. Малышевский – Каменск –

Уральский – Камышлов – Талица, проходящий с запада на восток Уральского Хребта вдоль федеральных автомобильных дорог Пермь – Екатеринбург и Екатеринбург – Тюмень; развитие этого маршрута сдерживается ограниченной пропускной способностью существующих федеральных дорог;

меридиональный маршрут «Уральский меридиан»: Екатеринбург – Невьянск – Висим – Нижний Тагил – Качканар – Верхотурье – Карпинск – Краснотурьинск – Североуральск; маршрут является северным продолжением маршрута «Самоцветное кольцо Урала» и в первую очередь должен быть ориентирован на активный туризм. Формирование этого маршрута требует значительных капитальных вложений в строительство горнолыжных объектов, дорожной инфраструктуры.

С 2013 года в Свердловской области начата работа по реализации проекта автотуристского кластера «Самоцветное кольцо Урала».

«Самоцветное кольцо Урала» — это комплексный проект, основу которого составляют 8 опорных точек, каждая из которых — самостоятельный туристско-рекреационный комплекс. Объединение туристско-рекреационных комплексов в единый проект позволит создать конкурентный туристский продукт.

Проект развития автотуристского кластера «Самоцветное кольцо Урала» предполагает реализацию комплекса взаимоувязанных по ресурсам и срокам мероприятий:

- 1) развитие транспортной инфраструктуры;
- 2) туристско-рекреационный комплекс «Алапаевская узкоколейная дорога»;
- 3) санаторно-курортный комплекс «Самоцвет»;
- 4) рекреационно-туристская зона «Набережная «Тагильская Лагуна»;
- 5) тематический парк-музей «Малахит-парк»;
- 6) многофункциональный бальнеологический комплекс;
- 7) минералогический парк в с. Мурзинка;
- 8) центр сельского (аграрного) туризма «Агропарк»;
- 9) центр мотоциклетной культуры;
- 10) туристский комплекс «Парк Уральских Сказов».

Все объекты кластера будут связаны внутренними коммуникациями, единой маркетинговой и рекламной политикой, включены в единые туристские маршруты, что позволит увеличить общий туристский поток и повысить доходность туристского бизнеса в пределах всего кластера.

Подобная схема позволит повысить туристскую привлекательность региона, охватить практически все целевые аудитории, а также увеличить длительность пребывания туристов в Свердловской области.

В 2014 году проект развития автотуристского кластера «Самоцветное кольцо Урала» прошел отбор на включение в мероприятия федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» и был включен в Реестр инвестиционных проектов субъектов Российской Федерации на 2015–2018 годы.

Исходя из этого, принципиально важно закрепить в настоящей стратегии необходимость мер по стимулированию частных инвестиций в сферу туризма. На сегодняшний день объемы финансирования по источникам в отрасли определены

в следующих пропорциях: федеральный бюджет — 25–30 процентов, региональный и муниципальный бюджеты — 5–10 процентов, частные инвестиции — 65–70 процентов. Данное распределение представлено по проектам, реализуемым на основе принципов государственно-частного партнерства с участием федерального бюджета.

Глава 9. Основные мероприятия по повышению качества туристских и сопутствующих услуг до международного уровня

Свердловская область имеет значительный потенциал для роста внутреннего и въездного туризма, однако туристский продукт испытывает сильную конкуренцию со стороны предложений международного рынка. В связи с этим основными мерами по повышению конкурентоспособности и качества туристских услуг являются обеспечение соответствующей подготовки кадров, меры, направленные на повышение безопасности, наличие целостной системы 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), инженерных и технических служб, на уровне специалистов по созданию туристского продукта и специалистов по туристскому маркетингу.

Реализация инвестиционных проектов, предусмотренных настоящей стратегией, предполагает создание дополнительно от 5 до 10 тысяч 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»);

- 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 дорожно-транспортных происшествий, сложная криминогенная ситуация, достаточно высокий риск техногенных и экологических аварий, связанный с высокой степенью индустриализации области, негативно сказывается на развитии рынка туризма и гостеприимства.

Безопасность туризма и уменьшение рисков при путешествии касаются широкого круга проблем, в том числе обеспечения медицинского обслуживания, проверки технического и санитарного состояния туристского инвентаря и объектов туристской инфраструктуры, организации работ служб спасения и скорой помощи, страхования, своевременного информирования о существующих угрозах, обеспечения немедленного отклика на жалобы туристов.

На туристских предприятиях должна быть организована работа по информированию туристов о необходимых мерах безопасности. Информация, характеризующая особенности туристского маршрута, должна содержаться в рекламно-информационных материалах и приложении к туристской путевке.

Для обеспечения безопасности туристской деятельности необходима реализация комплексной системы мер:

1) обеспечение безопасности при организации активных, спортивных, экстремальных и иных видов туризма в соответствии с нормами законодательства Российской Федерации и Свердловской области;

2) обеспечение оперативного взаимодействия туристских предприятий, фирм, общественных организаций, областных и муниципальных структур с Главным управлением Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий по Свердловской области, службами спасения, силовыми структурами Министерства внутренних дел Российской Федерации и Федеральной службы безопасности, 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 проведении туристских мероприятий.

Реализация данных 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 туристских 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.

Обобщенно мероприятия, необходимые для обеспечения конкурентоспособности туристской индустрии Свердловской области, приведены в таблице 2.

Таблица 2

Мероприятия, необходимые для обеспечения конкурентоспособности туристской индустрии Свердловской области на международном и российском рынках туристских услуг

№ строки	Условия конкурентоспособности	Необходимые мероприятия
1	2	3
1	Узнаваемый и уникальный туристский 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 Европа-Азия», «Романовы на Урале»; 3) формирование эффективной рекламной политики с использованием современных маркетинговых технологий
2	Разнообразие и уникальность туристского продукта	1) модернизация существующих туристских объектов в соответствии с современными требованиями туристов; 2) формирование уникальных для России и мира туристских предложений (индустриальный и минералогический туризм); 3) формирование объектов туристского показа, предполагающих интерактивное участие туристов
3	Транспортная доступность	1) наличие понятной туристской навигации; 2) развитие дорожной инфраструктуры и придорожного сервиса; 3) развитие железнодорожного туризма, туров в формате «туристского поезда»; 4) развитие интегрированной сети мультимодальных перевозок; 5) включение в российские и региональные туристские маршруты
4	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 туристского показа, КСР; 4) повышение уровня толерантности к туристам у местного населения; 5) мониторинг экологической ситуации в регионе для соответствующего планирования туристской деятельности

1	2	3
5	Комплексный характер туристского 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 туристских маршрутов (индивидуальных и групповых); 5) проведение обучающих программ по формированию туристских продуктов для руководителей объектов туристского показа
6	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 четкого 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 туристской индустрии; 5) формирование системы подготовки «линейного» персонала КСР
7	Современные механизмы и способы донесения информации	1) оборудование мест туристского показа современными информационными носителями, в том числе с использованием возможностей сети Интернет; 2) создание и продвижение единого туристского 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)
8	Бережное отношение к природе	1) развитие волонтерского движения; 2) совершенствование природоохранного законодательства Свердловской области; 3) внедрение программ экологического воспитания граждан, прежде всего детей

Глава 10. Позиционирование и продвижение Свердловской области

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, предлагается 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 «Большой Урал», что позволит именно Свердловской области получить максимальную выгоду и частично монополизировать тему Урала на внешнем рынке.

Конкретные меры по продвижению регионального туристского 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 туристского продукта, целесообразно сконцентрировать основные рекламные ресурсы на следующих основных рынках:

на 1 этапе (до 2020 года) — жители Свердловской области и Уральского федерального округа;

на 2 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-, двухдневные туры, в зависимости от предпочтений клиентов), а также более продолжительные программы рекреации и оздоровления на местных курортах и в санаториях.

В качестве основного инструмента, помимо традиционных рекламных носителей и средств массовой информации, необходимо создание доступного интерактивного путеводителя в сети Интернет с представлением контактной информации и координат спутниковой системы навигации 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 каждому жителю Свердловской области (проведение специализированных акций, конкурсов, направленных на продвижение туристских продуктов Свердловской области на внутреннем и внешнем рынках,

печать специализированных периодических изданий, посвященных возможностям отдыха в регионе).

При работе с аудиторией соседних регионов важное значение имеет взаимодействие с туристскими операторами, формирующими групповые и индивидуальные туры, в том числе межрегиональные. Рекомендуются проведение информационных туров для туроператоров соседних регионов, организация и проведение деловых мероприятий в сфере туризма, а именно Международный туристский форум «Большой Урал», проведение перекрестных презентаций.

Для продвижения туристских продуктов Свердловской области на внешнем рынке целесообразно объединить усилия с отраслевыми федеральными структурами — Министерством культуры Российской Федерации и Федеральным агентством по развитию туризма в части совместной работы по следующим направлениям:

участие в крупнейших международных туристских и иных выставках единым российским национальным стендом с привлечением исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Национальный стенд должен иметь направленность в том числе на продвижение главных туристских маршрутов въездного туризма в Российской Федерации, 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 туристских выставок;

реклама российского туристского продукта на главных зарубежных рынках и 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 туристских выставках и через российские заграничные представительства, 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 представителей зарубежных и отечественных средств массовой информации, проведение крупных международных конференций, симпозиумов, конгрессов и иных мероприятий на базе двустороннего и многостороннего международного сотрудничества, а также сотрудничества с крупнейшими межправительственными организациями.

Глава 11. Поддержка и развитие ключевых видов внутреннего и въездного туризма

1. В сфере культурно-познавательного туризма основными направлениями являются:

развитие сферы туризма музейной сети региона, создание новых музеев и интерактивных экспозиций по тематикам, наиболее привлекательным для главных рынков сбыта туристского продукта региона, а также 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 «индустриальный туризм» и 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 проведение мастер-классов и тестовых испытаний, является одним из наиболее действенных механизмов продвижения на внешний рынок продукции предприятий.

2. В сфере активного туризма в первую очередь необходима разработка мер поддержки туристских операторов, работающих в сфере приема туристских групп и организации активных туров на территории Свердловской области. Должен быть разработан комплекс мер по обеспечению безопасности в сфере активного туризма, прежде всего организовано межведомственное взаимодействие, а также информационно-просветительская работа 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 следующих 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 целесообразно формирование единого календаря событийных мероприятий с учетом интересов различных целевых групп; оказание содействия органам местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, и представителям туристского бизнеса в организации массовых мероприятий туристской направленности; включение событийных мероприятий в туристские и экскурсионные программы, реализуемые на территории Свердловской области.

5. В сфере делового туризма работа будет выстроена по следующем направлениям:

создание календаря бизнес-мероприятий, проводимых на территории Свердловской области;

содействие в продвижении Международного выставочного центра «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, на сегодняшний день, актуально 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 туристских потоков. 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 в рекреационных зонах, обустройства 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 туристских операторов, организующих выездные уроки для учащихся школ.

Раздел 6. Основные сценарии, результаты и целевые показатели реализации настоящей стратегии

В постановлении Правительства Свердловской области от 27.08.2008 № 873-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года» рассматривается 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 году Свердловская область выйдет на уровень развития европейских стран докризисного 2007 года — это среднестатистическое производство валового регионального продукта 28,5 тыс. долларов США по паритету покупательной способности, объем валового регионального продукта — 2,3 трлн. рублей (рост валового регионального продукта к уровню 2009 года — в 2,7 раза в сопоставимых ценах). В промышленности будет достигнут рост производительности труда в 4 раза к уровню 2009 года, что соответствует уровню 2007 года 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» по минимальному варианту прогноза их развития: среднестатистическое производство валового регионального продукта — 46,3 тыс. долларов США 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:

1) инновационно-оптимистичный сценарий означает, что Свердловская область удержится в пятерке регионов — лидеров по объему туристского 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 туристского 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 требуется увеличение в 1,5–3 раза (по сравнению с 2013 годом) объемов финансирования программы развития туризма до 190–250 млн. рублей в год и до 570–750 млн. рублей — на развитие инфраструктурных объектов, обеспечивающих развитие туристского потока (в первую очередь — автомобильных дорог).

При существующих российских пропорциях (811 тыс. рублей валового регионального продукта на одно рабочее место в сфере туризма; 3 рабочих места в смежных отраслях на одно рабочее место в сфере туризма (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис.1) можно прогнозировать активизацию частного инвестирования, в результате чего можно создавать в год до 300 рабочих мест собственно в туризме (до тысячи рабочих мест — в смежных отраслях), что обеспечит прирост валового регионального продукта до 800 млн. рублей 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;

2) индустриально-модернизационный сценарий применительно к развитию туризма означает преимущественное направление бюджетных средств на продвижение существующих туристских продуктов Свердловской области.

Индустриально-модернизационному сценарию развития экономики будет соответствовать догоняющий сценарий развития туристской отрасли, ориентированный на приток частных инвестиций в уже обеспеченные туристским потоком дестинации. При этом можно прогнозировать соответствие основных темповых показателей среднероссийским прогнозным значениям (4 процента в год для развития туристского потока; на уровне 4,6 процента в год для роста объема затрат на туризм и путешествия). Такой сценарий при минимальных затратах областного бюджета (на уровне 2013 года — около 130 млн. рублей) 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. рублей валового регионального продукта в год в ценах 2011 года);

3) стабилизационно-инерционный сценарий означает, что Свердловская область не сможет выдержать конкуренции с другими регионами Российской Федерации за внешний туристский поток. В результате туристский 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 туристского 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 настоящей стратегии признаются следующие статистические показатели, отражающие:

1) рост объема туристского потока:

число прибытий в коллективные средства размещения (количество лиц, размещенных в коллективных средствах размещения общего и специального назначения), в том числе российских и иностранных граждан;

число ночевки в коллективных средствах размещения общего и специального назначения, в том числе российских и иностранных граждан;

2) уровень развития туристской индустрии:

количество номеров/мест в коллективных средствах размещения 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 к настоящей стратегии.

Согласно выполненным расчетам в условиях:

опережающего сценария («о») — к 2030 году число прибытий в коллективных средствах размещения может возрасти в 2,4 раза к уровню 2013 года и превысить 3,2 млн. человек в год, количество мест в коллективных средствах размещения может увеличиться в 1,3 раза к уровню 2013 года (что предполагает ввод в эксплуатацию до 600 новых гостиничных номеров ежегодно), объем платных услуг может увеличиться в 5 раз и превысить 23,1 млрд. рублей;

догоняющего сценария («д») — строительство новых средств размещения в соответствии с ростом туристского потока будет происходить более медленными темпами — 370 номеров в год, туристский поток увеличится в 2 раза, а объем платных услуг не превысит 15,7 млрд. рублей в год;

латентного сценария («л») — показатели роста отрасли будут минимальны: число номеров увеличится лишь на 20 процентов 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.

Прогнозные значения основных показателей развития туризма

№ строки	Наименование показателя	Сценарий	Темп роста в год (процентов)	Прогнозные значения показателей					2020 год к 2013 году	2030 год к 2020 году	2030 год к 2013 году
				2013 год	2016 год	2020 год	2025 год	2030 год			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Численность КСР, единиц	л	101	500	515,2	536,1	563,4	592,2	107,2	110,5	118,4
		д	102		530,6	574,3	634,1	700,1	114,9	121,9	140,0
		о	103		546,4	614,9	712,9	826,4	123,0	134,4	165,3
2	Количество лиц, работающих в КСР, человек	л	101	5900	6078,8	6325,6	6648,3	6987,4	107,2	110,5	118,4
		д	102		6261,1	6777,2	7482,6	8261,4	114,9	121,9	140,0
		о	103		6447,1	7256,3	8412,0	9751,8	123,0	134,4	165,3
3	Количество лиц, работающих в туристских фирмах, человек	л	101	1220	1257,0	1308,0	1375,0	1445,0	107,2	110,5	118,4
		д	102		1295,0	1401,0	1547,0	1708,0	114,9	121,9	140,0
		о	103		1333,0	1500,0	1739,0	2016,0	123,0	134,0	165,0
4	Число прибытий в КСР (количество лиц, размещенных в КСР общего и специального назначения), тыс. человек	л	102	1325,2	1406,4	1522,0	1680,8	1855,7	114,9	121,9	140,0
		д	104		1491,0	1744,0	2121,8	2581,0	131,6	148,0	194,8
		о	106		1578,0	1993,0	2667,0	3568,0	150,0	179,1	269,0
5	Число ночевки в КСР общего и специального назначения, тыс. единиц	л	101,5	4427,0	4629,2	4913,3	5293,0	5702,1	111,0	116,1	112,6
		д	102,5		4767,4	5262,3	5953,8	6736,2	118,9	128,0	121,8
		о	103,5		4908,3	5632,4	6689,5	7945,0	127,2	141,1	131,7
6	Количество мест в КСР общего назначения, тыс. единиц	л	101	31,8	32,8	34,1	35,8	37,7	107,2	110,5	108,3
		д	102		33,7	36,5	40,3	44,5	114,9	121,9	117,2
		о	103		34,7	39,1	45,3	52,6	123,0	134,4	126,7
7	Объем платных услуг КСР (объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, санаторно-оздоровительные услуги), млн. рублей	л	102,3	8152,0	8728,0	9559	10710	11999	117,0	126,0	147,0
		д	104,6		9330,0	11168	13984	17511	137,0	157,0	143,0
		о	106,9		9959,0	13005	18155	25345	160,0	195,0	171,0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	Инвестиции в основной капитал крупных и средних организаций (гостиницы и рестораны), млн. рублей	л	102	748,5	794,0	860,0	949,0	1048,0	115,0	122,0	140,0
		д	103		818,0	921,0	1067,0	1237,0	123,0	134,0	165,0
		о	104		842,0	985,0	1198,0	1458,0	132,0	148,0	195,0

Приложение № 1
к Стратегии развития внутреннего и
въездного туризма в Свердловской
области до 2030 года

**Основные макроэкономические показатели развития туристской и смежных
с ней отраслей в мире и Российской Федерации**

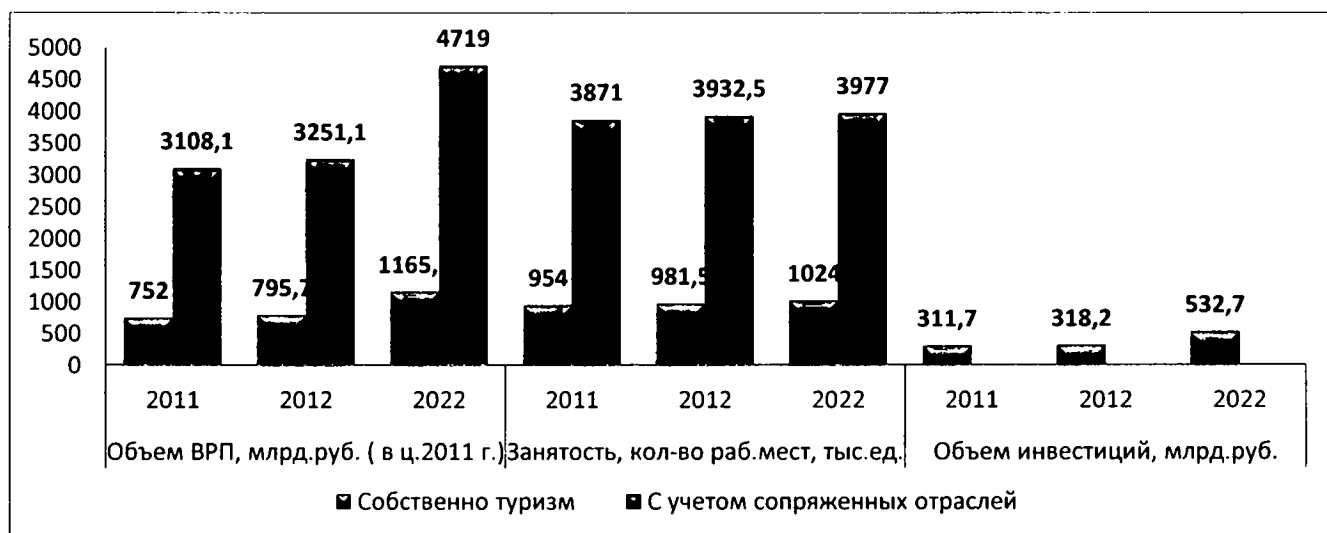


Рис. 1. Вклад туризма и смежных с ним отраслей в экономику
Российской Федерации (в ценах 2011 года)¹⁰

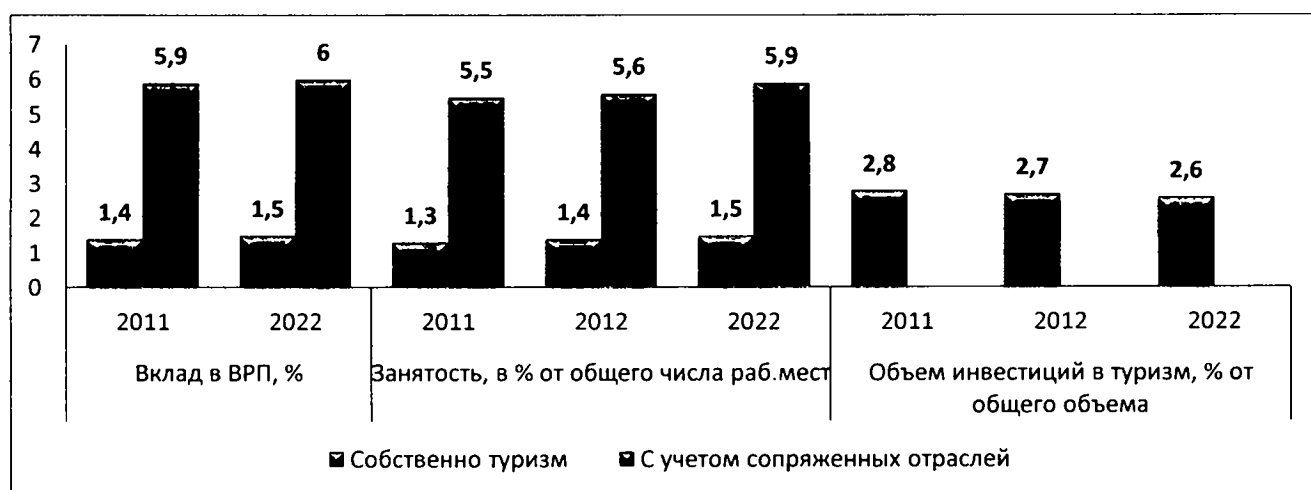


Рис. 2. Вклад туризма и смежных с ним отраслей в экономику
Российской Федерации (в процентах к общероссийским значениям)¹¹

¹⁰ Данные за 2011 год. Источник: World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism economic impact 2012. Russian Federation.

¹¹ Данные за 2011 год. Источник: World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism economic impact 2012. Russian Federation.

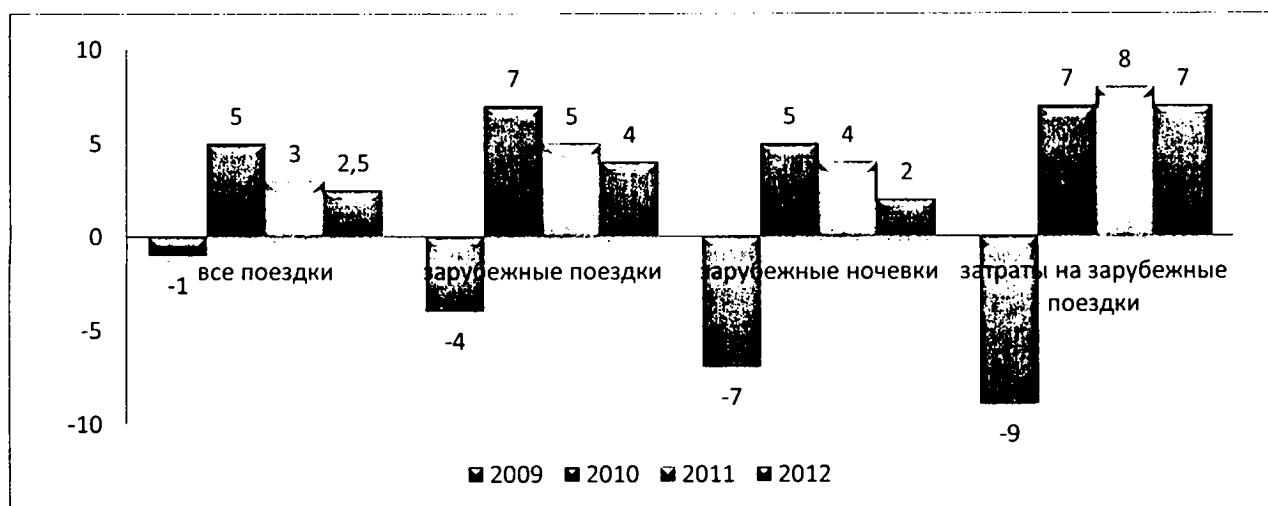


Рис. 3. Среднегодовой темп роста основных показателей туристской активности (в процентах)¹²

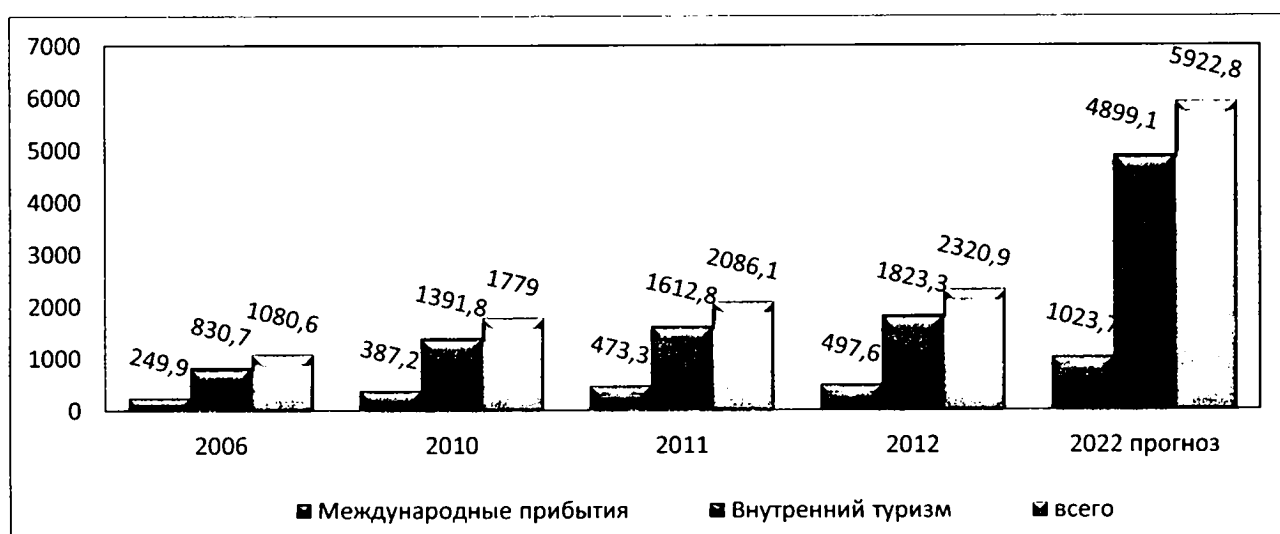


Рис. 4. Общий объем затрат туристов в Российской Федерации (млрд. рублей в год в текущих ценах)¹³

¹² ITB World Travel Trends Report 2012/13, p. 4

¹³ World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism economic impact 2012. Russian Federation. P. 12–14

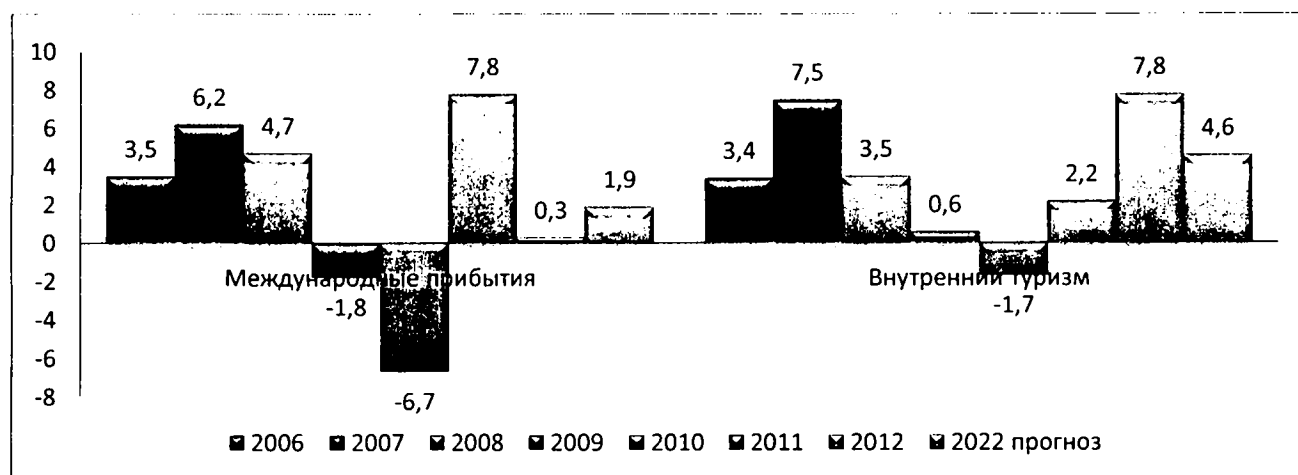


Рис. 5. Темп роста затрат на въездные и внутренние путешествия в Российской Федерации (в процентах)

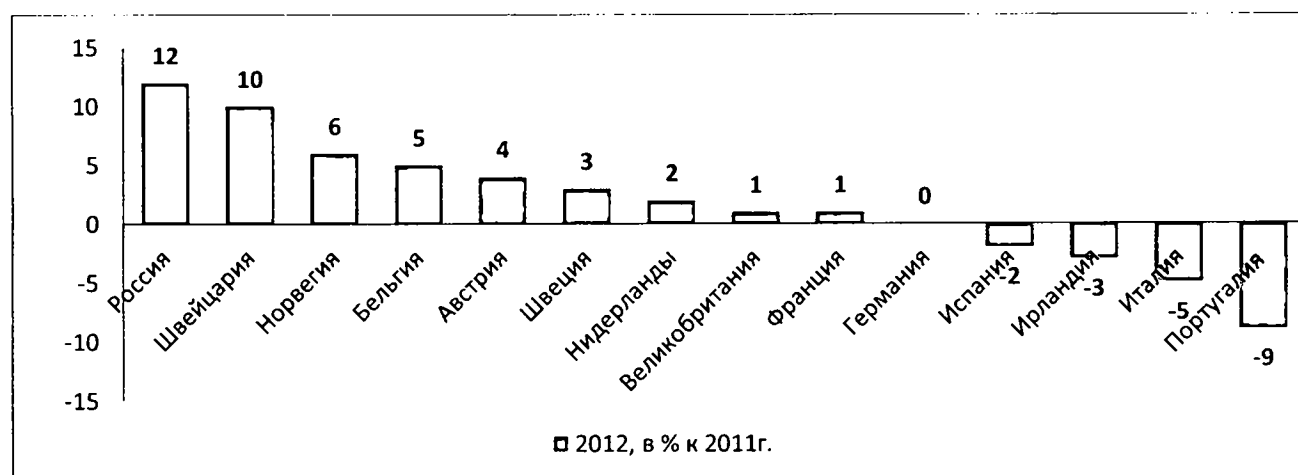


Рис. 6. Динамика числа международных прибытий (в процентах)¹⁴

¹⁴ ITB World Travel Trends Report 2012/13, p. 6

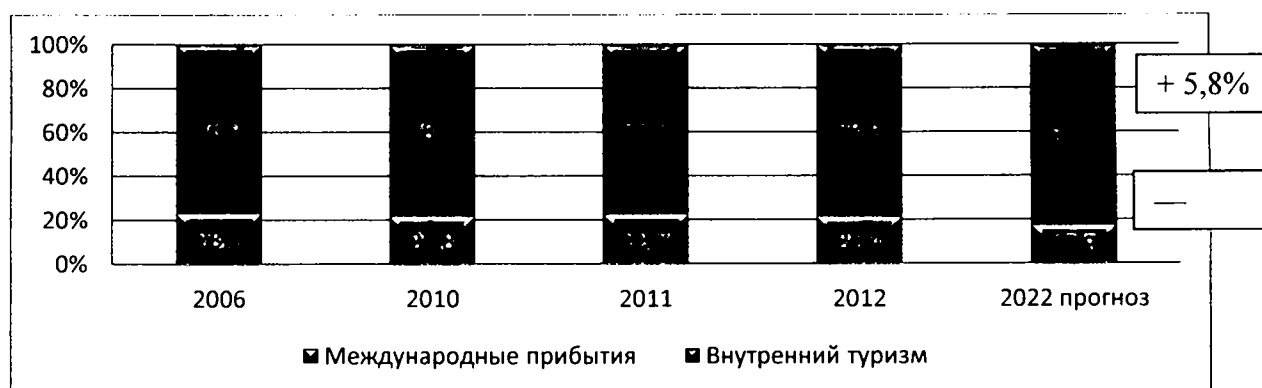


Рис. 7. Вклад внутреннего и въездного туризма в ВВП Российской Федерации (в процентах от объема ВВП, генерируемого отраслью)¹⁵

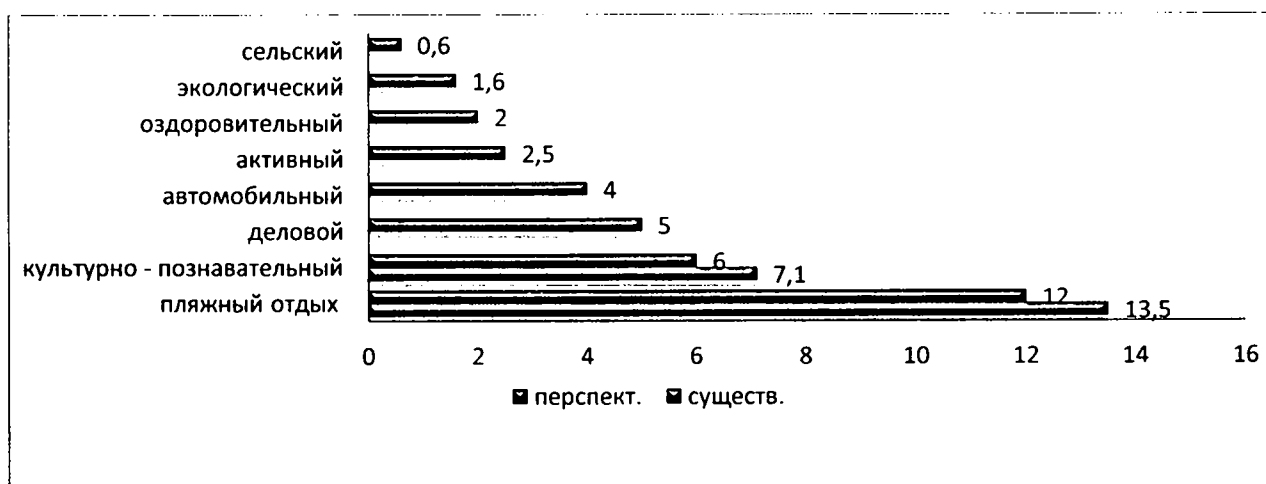


Рис. 8. Существующий (2011 год) и перспективные (2016 год) туристские потоки согласно федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», по видам туризма (млн. человек в год)

¹⁵ World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism economic impact 2012. Russian Federation. P. 12–14

Приложение № 2
к Стратегии развития внутреннего и
въездного туризма в Свердловской
области до 2030 года

**Показатели деятельности коллективных средств размещения
в Свердловской области**

Таблица 1

**Основные показатели деятельности коллективных средств размещения
в Свердловской области**

№ строки	Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 в процентах к 2012
	Показатель							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Число коллективных средств размещения, единиц	543	442	517	499	496	500	100,8
2	Номерной фонд, тыс. номеров	17,4	13,7	12,4	13,9	14,6	14,6	100,0
3	Единовременная вместимость, тыс. мест	42,8	29,1	24,3	31,5	32,1	31,8	99,0
4	Предоставлено ночевок, тыс. ночевок	5 902,8	4256,2	3684,0	4328,9	4 393,7	4427,0	100,7
5	Численность размещенных лиц, тыс. человек	1672,6	1042,2	959,3	1155,2	1 315,3	1325,2	100,7
6	В том числе иностранных граждан, тыс. человек	131,7	43,9	49,1	81,3	74,8	92,0	123,0
7	в том числе: из государств— участников Содружества Независимых Государств, тыс. человек	46,2	10,6	11,1	20,9	16,1	34,5	в 2 раза
8	из стран вне Содружества Независимых Государств, тыс. человек	85,5	33,3	38,0	60,4	58,7	56,6	96,4
9	Коэффициент использования номерного фонда	0,38	0,40	0,42	0,38	0,39	0,38	-0,01

**Рейтинг Свердловской области среди регионов — лидеров
по основным показателям развития коллективных средств размещения
за 2013 год**

№ п/п	Регион	Место в рейтинге по числу размещенных в КСР	Место в рейтинге по объему платных услуг
1	2	3	4
1.	Москва	1	1
2.	Краснодарский край	2	2
3.	Санкт-Петербург	3	3
4.	Московская область	4	4
5.	Свердловская область	6	5
6.	Башкортостан	9	6
7.	Татарстан	5	7
8.	Тюменская область	7	8

Приложение № 3
к Стратегии развития внутреннего и
въездного туризма в Свердловской
области до 2030 года

Объем регистрируемого туристского потока в разрезе муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области

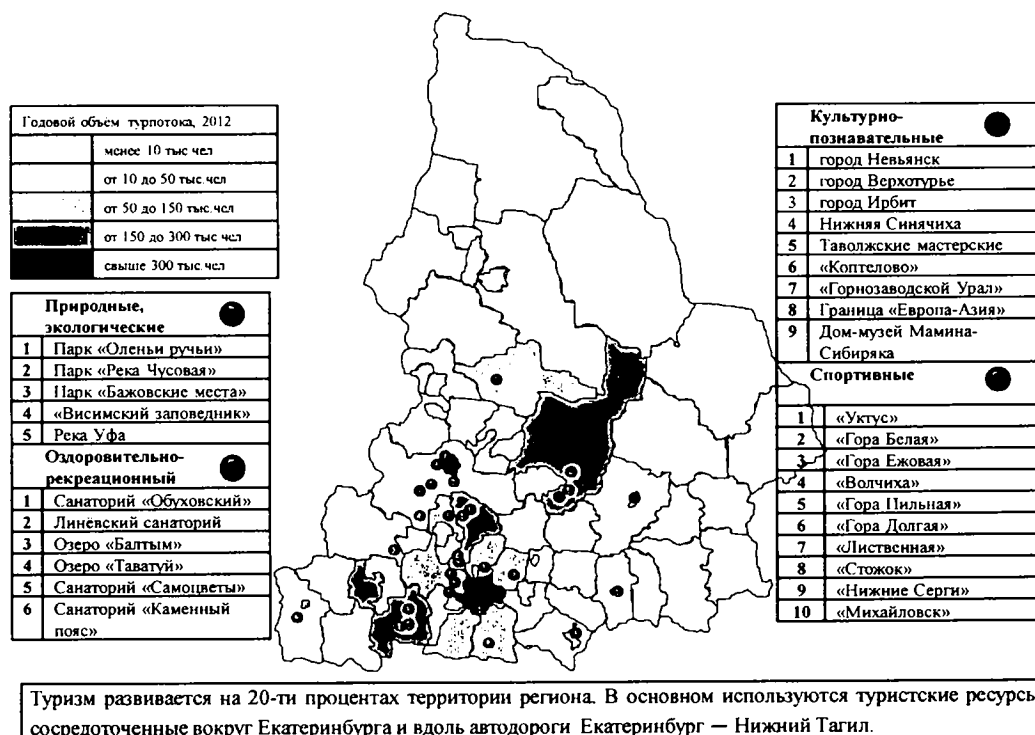


Рис. 1. Территориальное распределение существующих туристских потоков (в разрезе территорий и их специализаций по видам туризма)

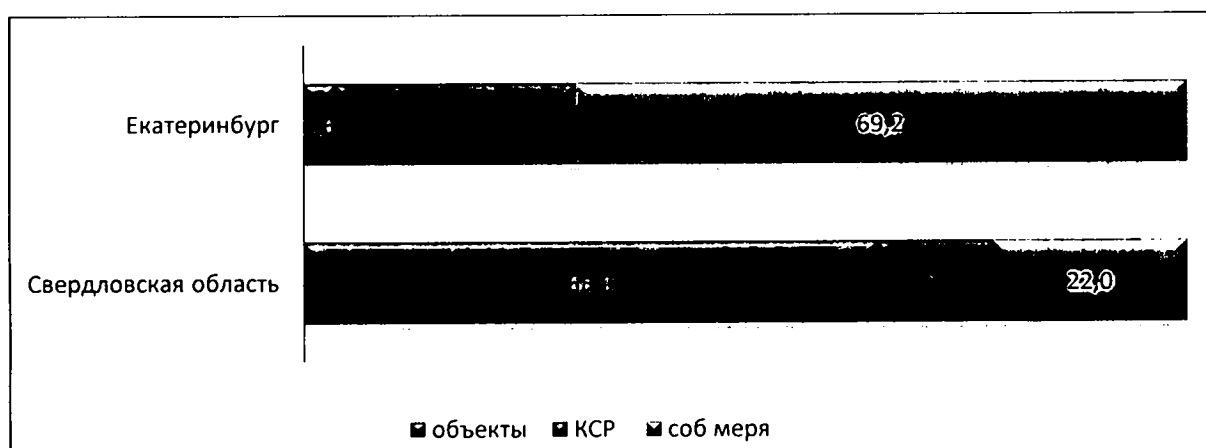


Рис. 2. Объем регистрируемого туристского потока в 2012 году (в процентах)

Приложение № 4
к Стратегии развития внутреннего и
въездного туризма в Свердловской
области до 2030 года

Туристско-рекреационные кластеры, формируемые на территории Свердловской области

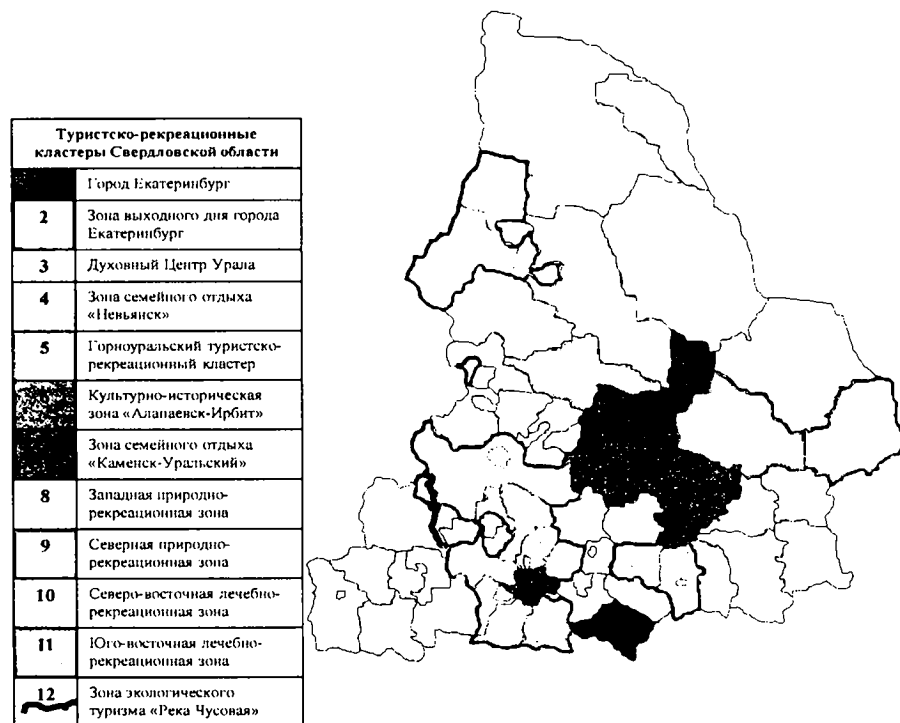


Рис. 1. Основные туристско-рекреационные кластеры, формируемые на территории Свердловской области

Основные туристско-рекреационные кластеры, формируемые на территории Свердловской области

№ п/п	Наименование кластера	Объем туристского потока (2012 год)	Территориальные границы	Приоритетные профильные виды туризма	Основные объекты привлечения туристов
1	2	3	4	5	6
1.	Город Екатеринбург — центр делового и семейного туризма	3030 тысяч человек	муниципальное образование «город Екатеринбург»	деловой, конгрессно-выставочный, культурно-познавательный, событийный, развлекательный	выставки, событийные конгрессные и деловые мероприятия, спортивные и культурные события, торгово-развлекательные центры, музеи, театры, храмы, иные достопримечательности
2.	Природно-рекреационная зона выходного дня города Екатеринбурга	230 тысяч человек	зона в радиусе 30–50 км вокруг муниципального образования «город Екатеринбург» (города Верхняя Пышма, Полевской, Сысерть, Первоуральск, Ревда, Березовский)	рекреационный, экологический, культурно-познавательный и паломнический	обелиск «Граница Европа-Азия»; «Монастырь в честь Святых Царственных Страстотерпцев» (на Ганиной Яме), «Мемориал Романовых - Порошенков Лог». В летнее время — озеро Балтым, Волчихинское водохранилище, Белоярское водохранилище, Макаровское водохранилище, сысертские пруды, природный парк «Бажовские места», рекреационные и спортивные объекты Сысертского района. В зимнее время — горнолыжные комплексы «Гора Пильная», «Гора Волчиха», «Уктус», «Теплая», «Лиственная», «Волчиха»
3.	Туристско-рекреационная зона «Духовный центр Урала»	108 тысяч человек	городской округ Верхотурский	культурно-познавательный, паломнический	Верхотурский Кремль, Спасо-Николаевский мужской монастырь, Крестовоздвиженский собор, Свято-Троицкий собор, Актайская заимка, храмовый комплекс в селе Меркушино

1	2	3	4	5	6
4.	Невьянский туристско-рекреационный кластер семейного отдыха	146 тысяч человек	Невьянский городской округ (город Невьянск, поселок Калиново, села Быньги, Верхние Таволги, Нижние Таволги)	культурно-познавательный, рекреационный, активный, паломнический	Невьянская наклонная башня, дом-музей невянской иконы, озеро Таватуй, Свято-Никольский храм в селе Быньги, гончарные мастерские в селах Верхние Таволги и Нижние Таволги, дом кузнеца Кириллова в деревне Кунара; горнолыжный комплекс «Стожок», озеро Аятское, озеро Таватуй, река Нейва
5.	Горноуральский туристско-рекреационный кластер	272 тысячи человек	город Нижний Тагил, поселок Висим Горноуральского городского округа, Кировградский городской округ	культурно-познавательный, рекреационный, активный	Нижнетагильский музей-заповедник «Горнозаводской Урал», дом-музей Мамина-Сибиряка (поселок Висим), горнолыжный курорт «Гора Белая», горнолыжный курорт «Гора Долгая», санаторий «Леневка», Висимский участок природного парка «Река Чусовая»
6.	Культурно-исторический кластер «Алапаевск — Ирбит»	280 тысяч человек	Муниципальное образование город Алапаевск, Муниципальное образование город Ирбит (город Ирбит, село Зайково), Муниципальное образование Алапаевское (село Нижняя Синячиха, село Верхняя Синячиха, поселок Самоцвет, села Коптелово, Арамашево, Голубково)	культурно-познавательный, рекреационный, паломнический	Нижнесинячихинский музей-заповедник деревянного зодчества, Коптеловский музей земледелия и быта крестьян, Арамашевский музей и старинные избы, санаторий «Самоцвет», Ирбитский музей мотоциклов, Ирбитский государственный музей изобразительных искусств, Ирбитский краеведческий музей
7.	Каменский туристско-рекреационный кластер семейного	25 тысяч человек	муниципальное образование «город Каменск-Уральский» и Каменский городской	культурно-познавательный, рекреационный, паломнический	архитектурный ансамбль «старого» Каменска, колокольное производство Пяткова, река Исеть, порог «Ревун» и прибрежные скалы, санаторий «Каменный пояс»

1	2	3	4	5	6
	отдыха		округ		
8.	Западная природно-рекреационная зона	233 тысячи человек	Нижнесергинский муниципальный район, Артинский городской округ, городской округ Красноуфимск	экологический, активный, лечебно-рекреационный, сельский	природный парк «Оленьи ручьи», Михайловское водохранилище, река Уфа, санаторий «Нижние Серги», горнолыжные комплексы «Михайловск», «Нижние Серги»
9.	Северная природно-рекреационная зона	214 тысяч человек	Североуральский городской округ, городской округ Краснотурьинск, городской округ Карпинск, Качканарский городской округ	спортивный и экологический туризм	горнолыжные комплексы «Гора Качканар», «Кумба», горно-пешеходные маршруты главного Уральского Хребта, гора Качканар, гора Денежкин Камень, гостевые дома для рыбаков и охотников вдоль рек Северного Урала
10.	Северо-восточная лечебно-рекреационная зона (протокластер)	15 тысяч человек	Тавдинской городской округ, Туринский городской округ		природные термальные источники минеральных вод, Туринский краеведческий музей, гостевые дома для рыбаков и охотников
11.	Юго-восточная лечебно-рекреационная зона	13 тысяч человек	Камышловский городской округ, городской округ Сухой Лог		санаторий «Обуховский»
12.	Зона экологического и сельского туризма «Река Чусовая»		городской округ Первоуральск, Шалинский городской округ, городской округ Староуткинск		природный парк «Река Чусовая», турбаза Чусовая, село Слобода, Коуровская обсерватория, село Чусовое

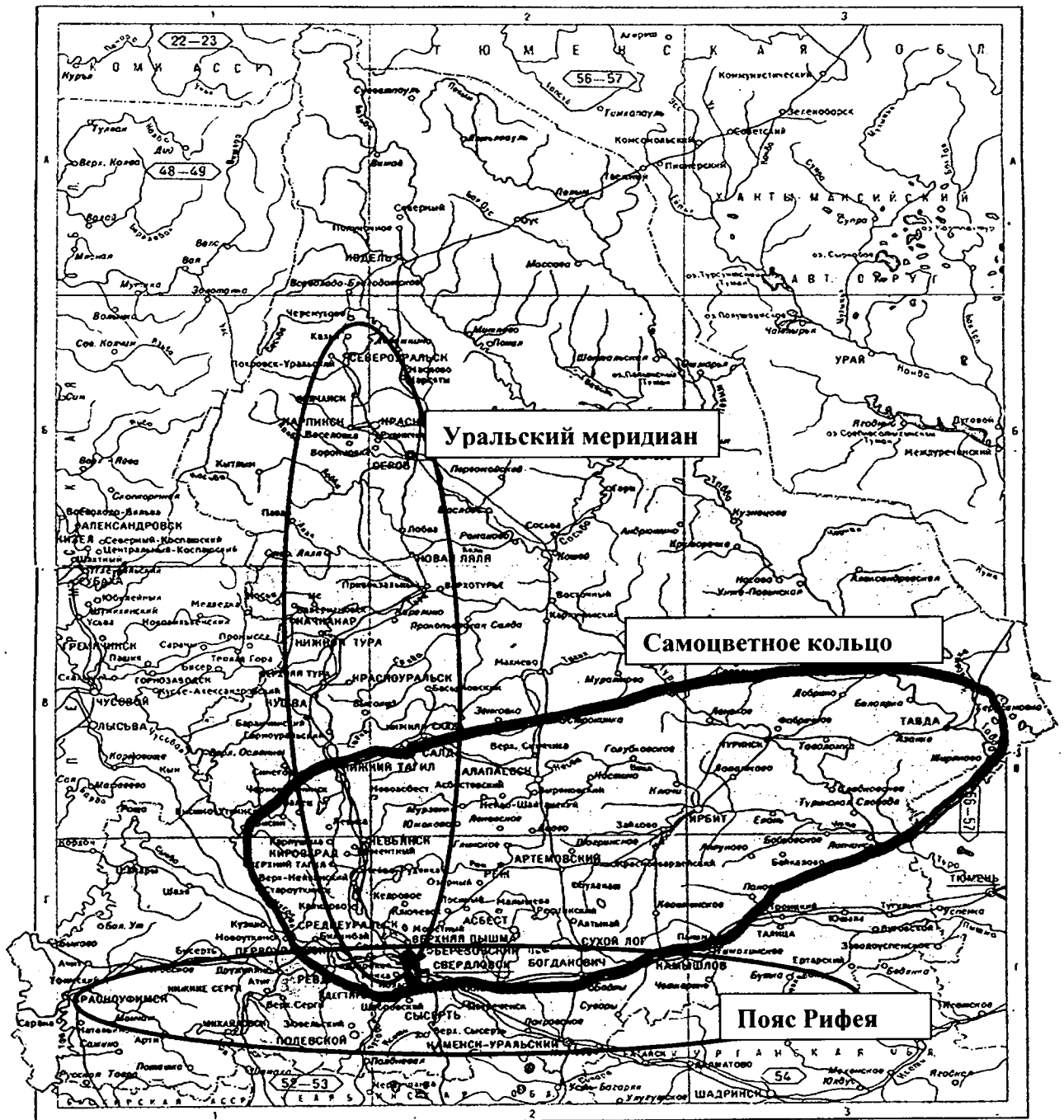


Рис. 2. Формирование комплексных туристских маршрутов на основе объединения туристских кластеров

Приложение № 5
к Стратегии развития внутреннего и
въездного туризма в Свердловской
области до 2030 года

Целевые показатели развития туризма в Свердловской области к 2030 году

№ п/п	Наименование целевого индикатора	Сценарий	Процент	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год	2026 год	2027 год	2028 год	2029 год	2030 год	2020 год к 2013 году	2030 год к 2013 году	2030 год к 2020 году
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1.	Количество средств размещения, единиц	л	101	500	505	510	515	520	526	531	536	541	547	552	558	563	569	575	580	586	592	107	118	110
		д	102		510	520	531	541	552	563	574	586	598	609	622	634	647	660	673	686	700	115	140	122
		о	103		515	530	546	563	580	597	615	633	652	672	692	713	734	756	779	802	826	123	165	134
2.	Количество лиц, работающих в коллективных средствах размещения, человек	л	101	5900	5959	6019	6079	6140	6201	6263	6326	6389	6453	6517	6582	6648	6715	6782	6850	6918	6987	107	118	110
		д	102		6018	6138	6261	6386	6514	6644	6777	6913	7051	7192	7336	7483	7632	7785	7941	8099	8261	115	140	122
		о	103		6077	6259	6447	6641	6840	7045	7256	7474	7698	7929	8167	8412	8664	8924	9192	9468	9752	123	165	134
3.	Количество лиц, работающих в туристских фирмах, человек	л	101	1220	1232	1245	1257	1270	1282	1295	1308	1321	1334	1348	1361	1375	1388	1402	1416	1431	1445	107	118	110
		д	102		1244	1269	1295	1321	1347	1374	1401	1429	1458	1487	1517	1547	1578	1610	1642	1675	1708	115	140	122
		о	103		1257	1294	1333	1373	1414	1457	1500	1545	1592	1640	1689	1739	1792	1845	1901	1958	2016	123	165	134
4.	Число прибытий в КСР (количество лиц, размещенных в КСР общего и специального назначения), тыс. человек	л	102	1325,2	1352	1379	1406	1434	1463	1493	1522	1553	1584	1615	1648	1681	1714	1749	1784	1819	1856	115	140	122
		д	104		1378	1433	1491	1550	1612	1677	1744	1814	1886	1962	2040	2122	2207	2295	2387	2482	2581	132	195	148
		о	106		1405	1489	1578	1673	1773	1880	1993	2112	2239	2373	2516	2667	2827	2996	3176	3366	3568	150	269	179
5.	Число ночевков в	л	101,5	4427	4493	4561	4629	4699	4769	4841	4913	4987	5062	5138	5215	5293	5372	5453	5535	5618	5702	111	113	116
		д	102,5		4538	4651	4767	4887	5009	5134	5262	5394	5529	5667	5809	5954	6103	6255	6412	6572	6736	119	122	128

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	КСР общего и специального назначения, тыс. единиц	о	103,5		4582	4742	4908	5080	5258	5442	5632	5830	6034	6245	6463	6690	6924	7166	7417	7676	7945	127	132	141
6.	Количество мест в КСР общего назначения, тыс. единиц	л	101	31,8	32,1	32,4	32,8	33	33,4	33,7	34	34,4	34,8	35	35,5	35,8	36	36,6	37	37,3	38	107	108	110
		д	102		32	33	33,6	34	35	36	36,7	37,5	38	39	39,7	40	41	42	43	44	45	115	117	122
		о	103		33	34	35	36	37	38	39	40	41	43	44	45	46	47	48	50	52	123	127	134
7.	Объем платных услуг коллективных средств размещения (объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, санаторно-оздоровительные услуги), млн. рублей	л	102,3	8152,0	8339	8531	8728	8928	9134	9344	9559	9778	10003	10233	10469	10710	10956	11208	11466	11729	11999	117	147	126
		д	104,6		8527	8919	9330	9759	10208	10677	11168	11682	12219	12781	13369	13984	14628	15301	16004	16741	17511	137	143	157
		о	106,9		8714	9316	9959	10646	11380	12166	13005	13902	14862	15887	16983	18155	19408	20747	22178	23709	25345	160	171	195
8.	Инвестиции в основной капитал крупных и средних организаций (гостиницы и рестораны), млн. рублей	л	102	748,5	763	779	794	810	826	843	860	877	895	912	931	949	968	988	1007	1028	1048	115	140	122
		д	103		771	794	818	842	868	894	921	948	977	1006	1036	1067	1099	1132	1166	1201	1237	123	165	134
		о	104		778	810	842	876	911	947	985	1024	1065	1108	1152	1198	1246	1296	1348	1402	1458	132	195	148