

Министерство образования и науки Российской Федерации
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
**«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»**
в г. Чебоксары

Н. М. Белова

**РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА**

Монография

Чебоксары
2013

УДК 338.48; 353.9

ББК 65.433

Б 43

Белова Н. М.

Регулирование развития сельского туризма: монография // Под общей ред. канд-та экон. наук, доцента, зав. кафедрой экономики ФГОУ ВПО «ЧГПУ им И.Я. Яковлева» Г.Л. Белова. – Чебоксары: Филиал СПбГЭУ в г. Чебоксары, 2013. – 162 с.

Печатается по решению редакционно-издательского совета филиала Санкт-Петербургского государственного экономического университета в г. Чебоксары

Рецензенты:

Николаев И.П., кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева»

Демьянова И.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента в туризме и социальной сфере Филиала СПбГЭУ в г. Чебоксары

Пришляк Е.А., кандидат экономических наук, зав. кафедрой экономики и менеджмента в производственной сфере Филиала СПбГЭУ в г. Чебоксары

Подготовлено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 13-32-01263 «Организационно-экономический механизм развития экспорта туристских услуг».

В монографии рассмотрены методологические основы государственного регулирования сельского туризма. Издание предназначено для научных и практических работников, преподавателей, студентов экономических специальностей, а также для всех, кто интересуется вопросами развития сельского туризма.

ISBN 987-5-906305-04-6

© Белова Н.М., 2013

© Филиал СПбГЭУ в г. Чебоксары, 2013

Оглавление

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	6
1.1. Исторические этапы развития туризма в России.....	6
1.2. Особенности становления и развития сельского туризма в России	20
1.3. Сущность государственного регулирования сельского туризма	31
ГЛАВА 2. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	38
2.1. Национальные модели развития сельского туризма за рубежом	38
2.2. Анализ развития сельского туризма за рубежом	46
2.3. Зарубежный опыт регулирования развития сельского туризма...	52
ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	73
3.1. Основные понятия и определения сельского туризма	73
3.2. Оценка состояния развития сельского туризма в России	82
3.3. Опыт управления и регулирования сельского туризма в Российской практике	91
ГЛАВА 4. РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	100
4.1. Оценка развития сельского туризма в Чувашской Республике.	100
4.2. Регулирование развития сельского туризма в Чувашской Республике	126
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	150
ПРИЛОЖЕНИЯ	157
ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	157
Туристический-оздоровительный комплекс «ЗАИМКА»	157
Гостевой дом «ОРЛЯК» семьи Семеновых в Ибресинском районе	158
Гостевой дом «АТЛА» семьи Васильевых в Ибресинском районе.....	158
Гостевой дом «КАЧЕЛЬНЯ» семьи Федоровых в Ибресинском районе	159
Гостевой дом «РАЙСКИЙ УГОЛОК» семьи Шаниных в Ибресинском районе..	159
Гостевой дом «Дом где Вас ждут» семьи Даньковых в Мариинско-Посадском районе	160

Предисловие

Развитие сельского туризма в России находится на начальной стадии. Развитие туризма на селе призвано выступать как фактор преодоления процесса деградации сельских территорий, сохранения и воссоздания культурного наследия, национальной самобытности региона.

Первая стадия развития сельского туризма – это сельское гостеприимство: население сельской местности (возможно, и городское), включая фермеров, имеющее пустующие дома, комнаты или этажи в собственных домах, предоставляет их с минимальной мебелировкой и наличием хозяйственных средств (посуды, постельного белья, полотенец и т.д.) для аренды от двух дней до нескольких месяцев. Для создания более радужного приема хозяева могут предложить дополнительные услуги гостям: организацию развлекательных мероприятий (баня, совместноехождение на шашлыки, за ягодами и грибами, рыбалка, охота, верховая езда т.д.); привлечение гостя для помощи в простых сельскохозяйственных работах, таких как, например, кормление животных, сбор урожая ягод или огурцов, не исключено оказание помощи по сидению с детьми гостей и т.д.

Более того, развитие сельского туризма во многих регионах является приоритетным и может быть отнесена в так называемую «социальную сферу», которая всегда находится в числе первых интересов государства.

Целью исследования является научное обоснование совершенствования государственного регулирования развития сельского туризма на региональном уровне и разработка практических рекомендаций по его развитию с учетом особенностей российской экономики и специфической роли сельского туризма в развитии региональной экономики (на примере Чувашской Республики).

Указанная цель обусловила необходимость постановки и решения следующих основных задач:

- изучение вопросов формирования условий для развития сельского туризма в России;
- анализ зарубежного опыта развития и регулирования сельского туризма;
- изучение вопросов современного состояния развития и регулирования сельского туризма в России;
- оценка современного состояния, развития и регулирования сельского туризма в Чувашской Республике;
- разработка предложений по совершенствованию государственного регулирования развития сельского туризма в Чувашской Республике.

Монография является логическим завершением первого года исследования в рамках выполнения научно-исследовательского проекта РГНФ № 13-32-01263 «Организационно-экономический механизм развития экспорта туристских услуг».

Автор полагает, что изложенный в монографии материал станет востребован не только среди научных и практических работников, но также будет интересен и полезен студентам ВУЗов и аспирантам, посвятившим свой труд изучению вопросов развития сельского туризма.

С конца XVI века люди начинают путешествовать не только с торговой, но и познавательной целью. В 1624 году Е. Хабаров путешествует в Тобольск, в 1628 году пробирается на Таймыр. Исследуя Сибирь Хабаров прошел вдоль реки Лены, 1649-1659 годы осуществляет переход через реку Олёкму на Амур, спустился на реку Уссури. [45]

Огромное значение в развитии российского туризма сыграл Пётр I, который сам очень любил путешествовать. Впервые царь Петр выехал в Западную Европу в марте 1697 года с целью найти союзников против Османской империи. В данной экспедиции Пётр ехал официально не как царь, а под именем урядника Преображенского полка Петра Михайлова. Великими полномочными послами были назначены генерал-адмирал Ф. Я. Лефорт, генерал Ф. А. Головин, начальник Посольского приказа П. Б. Возницын. Всего в посольство вошло до 250 человек. В то время русский царь впервые предпринял путешествие за пределы своего государства. Его путь лежал через Лифляндию.

Пётр посетил Ригу, Кёнигсберг, Бранденбург, Голландию, Англию, Австрию, был намечен визит в Венецию и к папе римскому. В ходе данной экспедиции посольство завербовало в Россию несколько сотен специалистов по корабельному делу, закупило военное и прочее оборудование. Кроме переговоров, Пётр много времени посвятил изучению кораблестроения, военного дела и других наук.

По возвращении из похода, в 1698 году, Пётр I развернул масштабные реформы российского государства и общественного уклада. Одним из главных достижений Петра стало расширение территорий России в Прибалтийском регионе, что позволило ему принять в 1721 году титул первого императора Российской империи.

Более того, вернувшись из-за границы, Петр I не прекращал своих путешествий, но уже по России. В 1699 году он ходил по Азовскому морю на корабле «Отворенные врата» в чине капитана. В 1702 году плывал в Белом море, в 1703 году – измерял фарватер у острова Котлин, что в Финском заливе Балтийского моря. В 1709 году вновь плывал в водах Азовского моря, а в 1710-1713 годах он несколько раз командовал кораблями в чине контр-адмирала. Во время Великой Северной войны Петр I командовал «Русским царством», во время которой летом 1714 года у мыса Гангут одержал первую в российской истории морскую победу русского флота над шведами, за что и был произведен в чин вице-адмирала.

В 1721 году, после победы над Швецией, Россия получила выход в

Балтийское море, присоединила территорию Ингрии, часть Карелии, Эстляндию и Лифляндию. Россия стала великой европейской державой, в ознаменование чего Пётр принял титул Отца Отечества, Императора Всероссийского, Петра Великого.

Второе заграничное путешествие Петр I совершил в начале 1716 года. Путешествие длилось почти два года. Царь побывал в нескольких немецких княжествах, в Дании, Голландии, во Франции – самой крупной в то время европейской державе, где знакомился с культурой, науками и пробовал себя в различных видах ремесел. Петр не боялся расхаживать по улицам городов и посещал приглянувшиеся ему достопримечательности. Так, в Абвиле, что на севере Франции, он побывал на суконной мануфактуре, вникая во все тонкости производства. И вместе с тем Петр не любил торжественных встреч, организованных в его честь, его раздражало праздное любопытство толпы к собственной персоне. По этой причине царь проезжал некоторые города без остановок, отказывался присутствовать на торжественных приемах и обедах. По преданию, Петр упрекнул своих приближенных, пожелавших побывать на пиру, подготовленном по приказу местного епископа: «У вас только на уме, чтоб пить да есть сладко. Для солдата был бы сухарь да вода, так он тем и доволен» [48, с. 321].

В Париж Петр I прибыл в апреле 1717 года. Пребывание Петра I во Франции не раз привлекало внимание историков в России и за рубежом. «Он остается величайшим иностранным гостем, которого когда-либо видел Париж» [52] – писал А. Рамбо.

Встреча с семилетним Людовиком XV произвела на Петра приятное впечатление, о чем он в обычной для него шуточной форме сообщал в письмах к Екатерине и к Меншикову. Жене он писал: «Объявляю вам, что в прошлый понедельник визитировал меня здешний королище, который пальца на два более Луки нашего (карлика, находившегося при дворе царя — *от автора*), дитя зело изрядное образом и станом, и по возрасту своему довольно разумен, которому семь лет». [49, с. 66]

Осмотры Парижа оказались весьма насыщенными. Его Царское величество посетил арсеналы и Королевские дома, и где льют медные статуи, и в Аптекарском и в других огородах, в Аптекарском доме, где смотрел анатомические вещи. [40, с. 409] Царь внимательно читал латинские надписи на пьедесталах статуй и делал зарисовки. Таким образом, Петр познакомился с лучшими образцами регулярного градостроительства того времени. Голиков И. И. тогда писал: «Монарх пробыл в Париже 43 дни, в

которые больше осмотрел и заметил, нежели другие могли б сделать в год». [26, С. 318] Петр проявил исключительное любопытство к различным сторонам французской жизни, желание сблизиться с Францией и в политическом, и в культурном плане. Французы также рассматривали визит Петра I как явление экстраординарное.

Также у путешествия Петра во Францию была еще одна сторона, скрытая от посторонних глаз: все это время царь не выпускал из своих рук управление Россией. Письма, которые он отправлял из Парижа, свидетельствуют об этом. Будучи во Франции, Петр I руководил военными действиями против шведов в Померании и маневрами русского флота на Балтике, заботился о развитии внешней и внутренней торговли России, о благоустройстве Петербурга, о заведении фабрики шелковых материй, об устройстве нанятых во Франции художников и ремесленников, о выслеживании скрывшегося за границей царевича Алексея...

Благодаря путешествиям Петра Первого и его поддержке, русские купцы начали активно осваивать рынки европейских государств, сановники выезжали с целью установления дипломатических отношений. Именно в петровские времена взяли старт образовательные путешествия молодых людей, которых Петр I отправлял «за моря в науку» и наказывал: «смотреть, видеть и записывать». Эти традиции были продолжены во времена правления Екатерины II, которая сама совершала многочисленные путешествия по России и Европе.

Екатерину Вторую в то время считали покровительницей любителей путешествий в России, она стимулировала в дворянском обществе интерес к познанию истории и географии страны. В 1772 году она посетила знаменитый водопад Иматра в Финляндии, которая в то время входила в состав Российской империи. Водопад расположен на реке Вуокса, истоки которой находятся в Сайменском озере и впадает в Ладожское озеро. Уникальная местность привела к возрастанию интереса петербургской состоятельной знати, и позволило позднее развить модный курорт.

В 1787 году Екатерина II открыла век ознакомительных путешествий по России, совершив вояж в сопровождении свиты, вместе с иностранными послами, через всю западную часть империи, проплыла по Днепру, осмотрела новостроящиеся города Херсон и Севастополь.

Путешествия совершали и другие представители царской фамилии. Каждый дворянин имел право уехать за границу и вернуться в любое время. В 1781-1782 годах по настоянию Екатерины II, Павел I вместе с супру-

гой великой княгиней Марией Федоровной отправились в путешествие по Европе. Екатерина сама придумала маршрут для молодых и настояла на том, чтобы они приняли титулы графа и графини Северных, подчеркнув тем самым частный, неофициальный характер поездки. Екатерина II придавала этому путешествию большое значение. Отправляя наследника в Европу, она не только преследовала политические цели, но и стремилась продемонстрировать монаршим дворам свои просветительские тенденции, интересы и мощь России. Поэтому были отданы «самые строгие приказания, дабы не щадить денег, чтобы сделать эту прогулку по Европе столь же блистательной, сколь интересной, при помощи влияния на дворы, которые им придется посетить» [54] – писал в своих записках Н.А. Саблуков.

Путешествия Павла и Марии Федоровны продлились один год и два месяца, в течение которых они побывали во многих немецких городах, посетили Австрию, Нидерланды, Францию, Италию. Результатом путешествия стало формирование знаменитых императорских художественных коллекций, а также создание ансамблей Павловска, Гатчины и Михайловского замка.

В XVIII веке различные поездки людей из светского окружения становятся немаловажной частью их жизни. Дворяне путешествовали по всему свету. В те времена было престижным побывать в Европе и на Востоке. Путешествия являлись средством для того, что бы вырвать человека из его повседневной жизни, расширить кругозор, освоить язык. В XVIII веке стало обязательным отправлять детей в Европу, как для учения, так и для того, что бы они учились жизни путешествий.

Таким образом, первые путешествия, совершаемые в основном с утилитарными, познавательными и религиозными целями, сформировали навыки территориальных перемещений, способствовали распространению географических знаний о странах, а также знакомству с достижениями культуры разных народов.

Становление российского туризма связывают и с несколькими другими событиями. Некоторые исследователи считают, что организованный туризм в России стал развиваться с открытием первых бюро путешествий во второй половине XIX века. Другие ученые утверждают, что истоком организованного туризма может быть 1777 год, когда в декабре в «Прибавлении» в газете «Московские новости» на нескольких страницах был опубликован «План предпринимаемого путешествия в чужие края, сочинений по требованию некоторых особ содержателем благородного пансиона Ве-

ниамином Геншем». [25, с. 181]

Так, в XVIII веке были предприняты первые попытки организации путешествий за границу для всех желающих. Некий иностранец, содержатель пансиона в Петербурге, Вениамин Генш предложил первый в российской истории туристический маршрут, опубликовав «План предпринимаемого путешествия в чужие края». Тем самым он оповестил почтеннейшую публику, что готов взять на себя организацию поездок молодых дворян в европейские университеты, «дабы там как в немецком, так во французском и итальянском языках, также в науках, то есть в математике, истории, географии, философии, юриспруденции и рисовании довольно снискать знание, также в танцевании, верховой езде и в музыке». Это было первое приглашение россиянам совершить групповую поездку в страны Западной Европы, организацию которой брал на себя В. Генш. В соответствии с Планом после окончания учебного курса в одном из немецких, итальянских или французских университетов, планировалась поездка по маршруту, следующему через Швейцарию, Италию и Францию, для ознакомления с искусством этих стран и фабричным делом. В конце вояжа каждый клиент выплачивал гонорар организатору, а условия путешествия оговаривались в специальном контракте. Много ли групп Геншу удалось отправить в Европу, к сожалению, неизвестно.

В. Генш более 20 лет занимался воспитанием юношества, он глубоко осознавал всю полезность образовательных путешествий, их роль в процессе воспитания молодежи. В. Генш принадлежал к числу хорошо образованных людей своего времени, неоднократно сам совершал путешествия в европейские государства и понял их важную познавательную ценность. В своем «Плане» он писал: «Не довольно того, чтоб детский разум изощрять только науками; но стараться должно при том наипаче приучать и склонять сердца их к добродетели; что достигается через обращение в свете и полезные путешествия. Надобно произвести в них нужное просвещение, дабы то, что в чужих краях достопамятного и примечания достойного усмотрят, в отечестве своем с пользой употребляли». [61, с. 22]

Появление путеводителей – еще один факт конца XVIII века, который указывает на зарождение туризма в России. Санкт-Петербург, как юная столица России, вызывала искренний интерес у путешественников. Путешественник Геркенс первым опубликовал во Франкфурте свое знаменитое сочинение с описанием города «Точное известие... о крепости и городе Санкт-Петербург, крепостце Кроншлот и их окрестностях» в 1718 го-

ду. Позднее значительное внимание уделялось строительству Петербурга, описанное в первой части книги Ф.-Х. Вебера «Преображенная Россия», которая вышла в свет в 1721 году и была переведена с немецкого на английский и французский языки.

Стоит отметить, что именно иностранцы первыми обратили внимание на необходимость издания путеводителей. Они были изумлены созданием города Санкт-Петербург на финских болотах, своеобразием жизни города.

Наибольшую популярность получил путеводитель по Петербургу немецкого автора И.Г. Георги, который назывался «Описание российско-императорского столичного города Санкт-Петербурга и достопамятностей в окрестностях оного с планом». Автор при написании данного издания взял за основу путеводитель Х.-Ф. Николаи «Описание Берлина» и их структура полностью совпадает. Книгу перевели на русский язык, и она вышла в Санкт-Петербурге в 1794 году.

В России первый путеводитель по Санкт-Петербургу появился в 1799 году, который представлял собой историко-географические и экскурсионные очерки о городе и освещал с максимальной полнотой и точностью для того времени различные аспекты его истории и быта. Авторами выступили российские соотечественники А. Богданов и В. Рубан. Основной автор, Андрей Богданов, в 1751 году дал своему труду название «Описание Санктпетербурга кратчайшее синопсическое описание, от части же топографическое изображение, показующее о построении преименитаго, новаго в свете, царствующаго града Санктпетербурга новосочинившееся краткое сие описание трудами Андрея Богданова, императорской Академии Наук при библиотеки помощника в Санктпетербурге», но работа пролежала в архивах 27 лет и не вышла в свет при его жизни. Василий Рубан обнаружил рукопись и сумел издать, немного дополнив ее. На титульном листе путеводителя было написано: «Историческое, географическое и топографическое описание Санктпетербурга, от начала заведения его, с 1703 по 1751 год, сочиненное г. Богдановым, со многими изображениями первых зданий; а ныне дополненное и изданное надворным советником, правящим должность директор над новороссийскими училищами, Вольного Российского собрания при Императорском Московском университете и Санктпетербургского Вольного экономического общества членом Васильем Рубан. Издание первое. В Санктпетербурге 1779 года».

Первый путеводитель по Москве был издан в 1782 году и содержал

сведения статистического характера. Путеводитель имел название: «Описание императорского столичного города Москвы». Книга состоит из 17 разделов, в которых описана архитектура города, даны «звания городских ворот, каменных и деревянных мостов, больших улиц и переулков, монастырей, церквей, дворцов, присутственных и других казенных мест, число обывательских дворов и покоев, рядов, рынков, фабрик, заводов, кладбищ, дорог, застав, число извозчиков и прочее», собранное в 1775 г. и изданное в свет для удовольствия общества издателем «Описания Санкт-Петербурга» г.н.с. В.Г. Рубаном». [53]

Изучив эти путеводители, можно сделать вывод, что и в Санкт-Петербурге и в Москве уже в то время имеются определенная гостиничная база, транспортная инфраструктура, красивые дворцы и историко-культурные объекты, что благотворно сказалось на развитии экскурсий и путешествий. Эти города в дальнейшем стали культурными центрами России.

В начале XIX века началось становление развития экскурсионной деятельности, развивалась «индустрия услуг», которая в свою очередь сочеталась с «индустрией развлечений» и стала источником крупных доходов, получения прибыли. Но вплоть до середины XIX века в России путешествия все равно продолжали не являться самоцелью. Путешествия по-прежнему преследовали торговые, образовательные, лечебные, познавательные, миссионерские и религиозные цели.

В развитии туризма в России немаловажную роль играли и гостиницы. Предшественниками первых гостиниц на Руси были постоялые дворы, которые появились в XII-XIII веках. В них гонцы отдыхали и меняли лошадей. Эти постоялые дворы — «ямы», как их тогда называли, располагались один от другого на расстоянии конного перехода.

К XVIII веку в России существовало уже немало постоялых и гостиных дворов, функции которых были не только размещение постояльцев, но и торговля, коммерческие и купеческие сделки. Многие из гостиных дворов имели национальную принадлежность, например, существовали «английский», «немецкий», «голландский» дворы.

В XVIII-XIX веках в связи с ростом промышленного производства и расширением торговых связей возросла численность населения в городах, куда приезжали и иностранные граждане, благодаря чему открывались новые гостиницы. К тому же многие иностранцы считали за честь работать в российском императорском дворе, побывать в Санкт-Петербурге, что поз-

воляло им открыть для себя заманчивые перспективы, более весомые, чем на родине. В Россию приезжали сотни и тысячи будущих экономок и гувернанток, учителей французского или немецкого языка, фехтования и этикета, трудоустроившихся в особняках столицы или провинциальных поместьях.

В XIX веке туризм в России в целом не являлся массовым, как в Европе, потому что в стране после отмены крепостного права в 1861 году уровень прожиточного минимума для основной массы населения был очень низок, при этом низшие слои населения были абсолютно безграмотными. Но во всех крупных городах России функционируют современные по тем меркам гостиницы и активно строились новые. В 1818 году в Москве всего существовало 7 гостиниц, и строилась новая фешенебельная гостиница «Европа» (позднее переименованная в «Центральную»). К началу XX века в целом по России насчитывалось уже более 4600 гостиниц, не учитывая номера на постоянных дворах и в трактирах, из которых только в Петербурге работало 325 гостиниц.

На рубеже XIX–XX веков происходили различные изменения во всем европейском обществе, что привело к развитию новых видов туризма. Туризм элитарный, который, главным образом, был ориентирован на представителей высших слоев населения, был вытеснен туризмом массовым, ориентированным на среднее звено, а в дальнейшем и на широкие слои населения. Это способствовало развитию туристского движения любителей отдыха на природе, пропагандирующего здоровый образ жизни.

В 1900 году с целью объединения географов и любителей альпинизма в России возникло «Русское горное общество», членами которого выступили знаменитые ученые, географы: Д.Н. Анучин, В.И. Вернадский, П.П. Семенов-Тянь-Шанский и другие. Устав Общества определял основные его задачи: «всестороннее изучение гор и распределение сведений о них; облегчение знакомства с горной природой путем путешествий, экскурсий и восхождений». Пропагандируя идеи горного туризма и альпинизма, Русское горное общество стало родоначальником подобных организаций на Кавказе — во Владикавказе и Пятигорске.

В дореволюционный период передовые педагоги учебных заведений России обратили особое внимание на экскурсионное дело, всё шире развивающееся в стране, стали активно внедрять различные программы экскурсий как эффективной формы приобретения знаний и средства патриотического воспитания. В экскурсиях они увидели возможность значительно

улучшить преподавание естественных предметов, приблизить учащихся к природе. В этот период туризм приобрел значимость социального явления, стал успешно содействовать решению многих воспитательных, образовательных и оздоровительных задач. Этому способствовало то, что еще в 1899 году Департаментом железных дорог был утвержден льготный тариф на право бесплатного проезда в 3-м классе школьным экскурсиям учащихся низших учебных заведений в сопровождении воспитателей на расстоянии не свыше 50 верст, а также при переезде на отдых на курорты. Льготные тарифы Департамента действовали только на летние месяцы, до 1 сентября. И после 1910 годов многими уездными и губернскими земствами были поддержаны большинство подобных экскурсий. В бюджеты была внесена особая статья – «Ученические экскурсии», в сметы которой включались затраты на оплату за проезд, экскурсий и питание. В последующие годы условия этого специального тарифа несколько менялись, но он сохранился в общих чертах до 1917 года.

В 1915-1917 годах были пересмотрены учебные планы и программы высших начальных школ, что привело к утверждению новой программы, в которой уже содержались план и программа экскурсий, проводимые в учебные часы. Таким образом, во всех школах к 1916 году экскурсии, связанные с учебным материалом, были признаны обязательными наравне с другими методами обучения.

В годы Великой Октябрьской социалистической революции (1917 г.) настало трудное время для страны в целом. Шла гражданская война, было свергнуто Временное правительство, началась разруха и голод. Но все это не помешало положить начало массовому развитию туризма нового типа. В 1918 году было организовано специальное бюро школьных экскурсий при Народном комиссариате просвещения, в 1919 году – основаны экскурсионные станции, которые создавались для организации экскурсионного дела в школах. Начиная с лета того же года, первые станции, расположенные в окрестностях Петрограда (в Павловске, Детском (Царском) селе, на Лахте, в Сестрорецке, Петергофе и при Каменноостровском сельскохозяйственном институте), стали принимать школьников-экскурсантов по специально разработанным маршрутам. Программы станций были ориентированы на естественноисторические науки, проводились экскурсии по геологии и почвоведению, ботанике и зоологии, сроком от одного до нескольких дней. Серьезность данных мероприятий была подкреплена тем, что в состав естественно-исторической комиссии, разрабатывавшей тематику экс-

курсий, вошли такие видные ученые, как академик С.Ф. Ольденбург, профессора Д.Н. Кайгородов, Л.С. Берг и другие видные деятели науки.

1918-1920-е годы отличались туризмом локальным, т.е. поездки и походы в основном совершались внутри Московской и Петроградской губерний. В 20-е годы география туризма несколько расширилась, и уже в 1921-1924 годах проводились выезды за пределы этих губерний, а в Москву и Петроград стали приезжать туристские группы из других городов.

В 1921 году благоприятным развитием туризма послужило принятие декрета об организации санаториев и домов отдыха, после которого началось активное строительство туристских и курортных баз, санаториев, пионерских лагерей и др. В соответствии с декретом были национализированы церкви, загородные дома, усадьбы помещиков и другие дома богатых людей, в которых организовывались здравницы для народа. Многие из этих домов на сегодняшний день считаются памятниками архитектуры.

Первый дом отдыха был открыт по инициативе В.И. Ленина на Каменном острове в Петрограде, в дальнейшем дома отдыха открывались под Москвой (в Серебряном Бору, Тарасовке, Звенигороде, Краскове), на Урале, в Донбассе и т.д. Ленинский декрет не только открыл новые перспективы курортного дела в России, но и заложил основы будущего законодательства об охране природы. Всего к 1940 году гостиницы были построены в 669 городах России.

В 1930 году правительством были выделены средства на строительство Дома туристов в г. Москва. По проекту планировалось построить базу отдыха на 2000 мест, туристский комплекс, клуб, кино- и лекционные залы, библиотеку, магазин «Турист» и др. Но строительство не удалось закончить из-за начавшейся войны, в то время был построен лишь 10-этажный корпус на углу Арбата и Денежного переулка, в котором позднее открылся магазин «Турист», где можно было купить туристский специнвентарь и другие необходимые в походе вещи.

В 1932 году в Москве был открыт первый в стране туристско-экскурсионный техникум для подготовки экскурсоводов, занятия в котором начались в уже ноябре.

Параллельно с развитием туризма в России велась работа по созданию физкультурно-оздоровительного движения, возникло общество пролетарского туризма и экскурсий. Задачи, которые ставили между собой участники походов, были направлены, в первую очередь, на пропаганду и разъяснение социалистической идеологии и практики строительства соци-

ализма; во-вторых, на туризм и оборону; также на практическую помощь со стороны туристов развитию народного хозяйства, т.к. туристы часто помогали крестьянам в посевной и уборочной компаниях; и, в-четвертых, на научно-исследовательскую деятельность, когда разрабатывались специальные маршруты для проведения учета лесов. Под эгидой Академии наук СССР был проведен Всесоюзный исследовательский поход туристов, который стал одним из самых значимых массовых мероприятий. В то время при активной поддержке академика А.Е. Ферсмана была составлена специальная памятка о способах разведки сырьевых ресурсов, которая имела ошеломляющие результаты. Туристами были разведаны месторождения фосфоритов и горного хрусталя, добыты сведения о массивах кедровых лесов, залежах железной руды и известкового шпата и о многом другом.

Согласно программе пролетарского туризма в рамках идейно-воспитательной работы, возникло такое направление, которое можно назвать «антипаломничеством», где говорилось о необходимости разоблачения религии как дурмана. В русле антирелигиозной пропаганды организовывались поездки в действующие монастыри с целью «уяснить грандиозную машину по одурачиванию масс, посмотреть технику обработки забитых крестьян». В этих походах принимали участие от нескольких десятков до нескольких сотен туристов одновременно.

Так как Россия стояла на пороге новой войны, угрожавшая со стороны двух фронтов (на западе – со стороны фашистской Германии и на востоке – против милитаристской Японии), во многих публикациях, касающихся вопросов туризма, проходила мысль о том, что «успешно воевать можно лишь тогда, когда помимо прочих условий бойцам достаточно хорошо известен район операций». В статье М. Фюрста «Туризм и мировая война 1914/15 гг.» прямо говорилось, что «недостаточность горных навыков — естественное последствие отсутствия какого бы то ни было альпинизма в области подготовки к войне — приносила народам востока — русским, туркам и др. — самые тяжелые потери, а иногда и полные поражения. В то же время туристическая подготовка в центральных державах позволяла им успешно бороться в горах с количественно большими силами противника». [63]

В то время стало широко распространяться новое направление туризма, как оборонный туризм. Подобные турпоходы использовались для обучения будущих бойцов ориентироваться на местности, основам альпин-

низма, лыжного и водного туризма, изучению приграничных районов, и, наконец, для военно-патриотической работы.

Обладая самой протяженной в мире сухопутной границей, в России появился соответствующий лозунг: «Массовый туризм к границам!», т.к. туризм, «являясь по преимуществу массовым движением рабоче-крестьянской молодежи, т.е. как раз основной массы будущих защитников Советского Союза, в самой свободной и самой интересной для молодежи форме дает широчайшие возможности для изучения границ». Следует отметить, «массовый» туризм в приграничных районах во избежание разведывательной деятельности осуществлялся под видом туризма, опираясь на довольно жесткие законы и правила.

Постепенно туризм стал внедряться и в армию. В различных частях страны совершались путешествия группами командиров пешком, верхом на лошадях, на лодках, велосипедах и пр. Например, командиры 51-й дивизии проплыли на дунайских каяках 2000 км из Смоленска в Одессу, по Днепру и Черному морю. Командиры смоленского гарнизона совершили шлюпочный поход от Смоленска до Киева. Командиры Приволжского военного округа совершили пробег по маршруту Казань — Свияжск — Чебоксары. Группа начсостава Северокавказского военного округа совершила 700-километровый поход на лодках по Дону и т.д. Эти факты свидетельствуют о понимании армейским командованием значения туризма в воспитании и развитии необходимых бойцу качеств: умение ориентироваться на местности, закалка характера, смелость, выносливость, взаимовыручка.

Туризм приносил ощутимую помощь стране. Конечно, он был не только самоокупаем. При всех льготах и скидках на билеты музеи посетило около 1 млн. человек, что подразумевало значительные дотации со стороны государства.

Постепенно улучшалась методическая обеспеченность туризма. В начале 40-х годов в советском физкультурном движении произошло окончательное становление и утверждение туризма как массового, доступного средства физического воспитания людей. Его развитие вполне соответствовало государственным требованиям того времени.

Но в годы Великой Отечественной войны был нанесен огромный ущерб всему народному хозяйству, в том числе и туристскому.

В послевоенные годы развернулись большие работы по восстановлению, реконструкции и строительству новых гостиниц. Встала задача по

восстановлению подорванного войной здоровья народа, туристские мероприятия осуществлялись в большей степени в оздоровительных целях. Возрастала роль туризма в проведении общественно-политических мероприятий.

При этом в эти годы различается туризм в странах бывшего соцлагеря, когда поездка преимущественно в рамках социального туризма ограничивалась в основном границами стран социалистической системы, а также туризм в странах с рыночной экономикой, где он принял форму хозяйственной деятельности, расширив сферу третичного сектора. [32]

Уже к 1960 году в 1364 городах Советского Союза функционировало 1476 гостиниц. Дальнейший рост материальной и технической гостиничной базы в стране определили следующие факторы: развитие существующих городов и появление новых; рост промышленности, науки, культуры и искусства; увеличение материального благосостояния людей. Это создало предпосылки для развития внутреннего и въездного туризма, обмена делегациями, увеличения числа командированных и отпускников.

Открытие и научное признание лечебных свойств уникальных вод района Кавказских Минеральных Вод позволило развивать лечебно-оздоровительное направление туризма в Пятигорске, Кисловодске и Железноводске, которые стали популярным местом отдыха аристократии. Публику развлекали знаменитые певцы, актеры, театральные деятели, организовывались выставки и вернисажи.

К сожалению, в 1990-е годы из-за экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на туристские услуги, материально-техническая база многих туристских предприятий был изношен, которые в последствии обанкротились.

Главной проблемой в стране стало отсутствие нормативно-правовой базы, регулирующей отрасль для благоприятного развития. В связи с этим в 1994 году Президент Российской Федерации подписывает Указ «О дополнительных мерах по развитию туризма в РФ и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма», в котором предлагалось признать одной из приоритетных задач государства всемерную поддержку развития туризма в России. В данном Указе также было предложено рассмотреть вопрос о создании Федерального фонда развития туризма Российской Федерации. И в конце 1994 года был создан Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму, одной из задач которого было государственное регулирование и

поддержка туризма в России.

В конце 1996 года был принят Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», утвержденный Советом Федерации и подписанный Президентом, после чего туризм получил свое активное развитие и это способствовало качественному и количественному увеличению автомобильного, авиационного и железнодорожного транспорта, оживлению торговых, культурных, научно-технических и спортивных контактов между государствами.

Туризм перешел на новую эру своего развития и в настоящее время туризм представляет собой динамично развивающуюся отрасль.

1.2. Особенности становления и развития сельского туризма в России

Если сельский, или деревенский, (агротуризм), в Европе появился в начале 70-х годов XIX века, когда остро встала проблема экологии во многих крупных городах и у людей возникла потребность в общении с природой, в чистом воздухе, природной тишине и натуральных продуктах питания, то в России о данном виде туризма как таковом заговорили лишь в начале XXI века.

Зачатки сельского туризма в России можно проследить и в XVII веке, когда с формированием крупного столичного центра территории Северо-запада России, занятые в настоящее время Ленинградской, Новгородской, Псковской областями и Республикой Карелия, щедро раздавались придворной знати.

В XVIII столетии Петр I пожаловал своему фавориту Александру Меншикову земли под Петергофом. Тогда и появилось слово «дача», этимология которого напрямую связана с глаголом «давать», а само слово означало землю, которой государь награждал своих приближенных.

Дачей Меншикова должен был стать дворец под названием Монкураж (в переводе с французского «Моя отвага»), но эта усадьба так и не была достроена из-за внезапно наступившей опалы, положившей конец его головокружительной карьере в 1727 году. И его земли впоследствии оказались в собственности у императрицы Анны Иоанновны. Там создается Ягд-Гартен, то есть Охотничий парк: егерская слобода, охотничий павиль-

он для императрицы, загоны для зверей, где содержались олени, буйволы, кабаны, зайцы и даже тигры.

В период правления Анны Иоанновны, в Санкт-Петербурге¹ стал формироваться средний класс купцов, госслужащих, мещан и преподавателей учебных заведений и иных сословий, прямо или опосредованно относимых к зарождающейся интеллигенции, которым не достались земельные наделы. И тогда для семейного отдыха этой категории населения в летнее время прижилась практика отъезда в деревню на дачу. Под дачей в то время понимался найм жилья на летний период в дорогом или модном пригородном или курортном районе. На дачу вывозились женщины, прислуга, дети, престарелые родители.

Когда во второй половине XIX века зарождалось строительство железных дорог, постройка в 1851 году Николаевской железной дороги открыла новую эпоху в организации пассажирских перевозок по России и открыла доступ в новые дачные и курортные пригороды. Открылись новые возможности для дачников в районы Гатчины и Оредежа по Петербурго-Варшавской железной дороге.

Местности интенсивно застраивались летними дачами, некоторые строили просторные дачные (летние) дома с большими верандами для сдачи в найм в летний сезон. Особо ценились дачи в Лахте, Лисьем носу, Разливе, Сестрорецке, что в районе Приморской ветки железной дороги, построенной в 1894-1895 годах.

Тем самым стал развиваться «дачный промысел». Дачники, арендующие дачи на летний период, приносили хороший доход местному населению за счет платы за аренду помещений, а также от покупки сельскохозяйственной продукции. Пользовались спросом услуги стирки белья, поставки дров, прислуги и гувернеров.

Дачи снимались вторично теми же арендаторами из года в год, поиск дач осуществлялся весной в марте, по знакомству, по объявлениям в газетах.

В начале XX века в целях сохранения и улучшения дачного фонда городским советам было предложено, при наличии в их распоряжении значительных дачных площадей, организовать (в составе жилищного управления) дачные тресты на началах хозяйственного расчета. На дачные тресты было возложено управление и развитие коммунального хозяйства дачных поселков (водопровод, канализация, дороги и т.п.).

¹ В то время – столица Российской империи.

И в некоторых фешенебельных курортных районах создавались такие «дачные тресты». Одним из таких районов был, например, поселок Комарово под Санкт-Петербургом. Комарово – это единственный своего рода заповедник, вокруг которого собралось все лучшее, что было в Ленинграде в советской науке и культуре. Здесь отдыхали писатели, поэты замечательные, ученые, музыканты, артисты, художники, прославившие нашу культуру, такие как Шостакович Д.Д., Соловьев-Седой В.П., Лебедев Е.А., Товстоногов Г.А., Козинцев Г.М., Шварц Е.Л., А. Ахматова и другие.

В настоящее время развитие сельского туризма в России находится до сих пор в зачаточной стадии. Это подтверждает имеющийся на сегодняшний день опыт Калининградской области, Алтайского края, Республики Карелия, где имеются гостевые дома, но большей частью отсутствует инфраструктура сельского туризма. Следовательно, сегодня можно назвать сельский туризм более скромным названием «сельское гостеприимство». Возможно, это даже более правильно с исторической точки зрения, так как русские люди всегда отличались хлебосольностью по отношению к гостям.

Сельское гостеприимство – первая стадия развития сельского туризма. То есть население сельской местности (возможно, и городское), включая фермеров, имеющие пустующие дома, комнаты или этажи в собственных домах, предоставляет их с минимальной меблировкой и наличием хозяйственных средств (посуды, постельного белья, полотенец и т.д.) для аренды от двух дней до нескольких месяцев. Для создания более радужного приема хозяева могут предложить дополнительные услуги гостям: организацию развлекательных мероприятий (баня, совместное хождение на шашлыки, за ягодами и грибами, рыбалка, охота, верховая езда т.д.); привлечение гостя для помощи в простых сельскохозяйственных работах, таких как, например, кормление животных, сбор урожая ягод или огурцов, не исключено оказание помощи по сидению с детьми гостей и т.д.

Сельский туризм в России стал активно развиваться, когда получил государственную поддержку. В рамках Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельской продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 гг.», утвержденной Постановлением Правительством Российской Федерации от 14 июля 2007 года № 446, предусмотрен комплекс мер по повышению финансовой устойчивости малых форм хозяйствования на селе и в которой отведено важное место развитию сельского туризма. В связи с этим для сельского туризма открылись большие перспективы. Так, субсидии на возмещение части затрат на упла-

ту процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях, и займам, полученным в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах личными подсобными хозяйствами, крестьянскими хозяйствами и сельскохозяйственными потребительскими кооперативами на срок до 5 лет на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности, включая сельский туризм, предоставляются субъектам Российской Федерации на условиях их финансирования из средств бюджетов субъектов Российской Федерации.

По мнению А.В. Гордеева² «Развитие альтернативных видов деятельности, наряду с созданием многоукладного сельскохозяйственного производства, должно стать началом экономического роста сельских территорий. В настоящее время в целях устойчивого развития села следует полнее использовать потенциал сельских поселений, в том числе за счет совершенствования сельского туризма и ремесленного производства».

И, несмотря на то, что в России работа по развитию сельского туризма еще только начинается, уже сегодня можно говорить о наличии позитивного опыта в этой сфере: в стране уже реализуются десятки проектов по сельскому туризму; имеется опыт организации агротуристских предприятий по таким моделям, как «пансион», «тур с проживанием в кочевом традиционном жилище», «национальная деревня», «сельская гостиница», «гостевой дом» и другие.

На Алтае сельский туризм стал развиваться с 1998 года и приобретает все большую популярность. Местные жители, а также гости этой горной Республики приезжают сюда во время отпуска насладиться спокойной и размеренной деревенской жизнью.

В Кабардино-Балкарской Республике открыта одна ферма, где за деревенским обликом скрывается весь набор удобств, а персонал в национальных костюмах угощает гостей местными блюдами.

В Тульской области с 2001 года реализуется проект «К бабушке в деревню». В ходе этого проекта городские дети селились в избах жителей села Монастырщина, на Куликовом поле. В течение 21 дня они знакомились с деревенским бытом, отдыхали на свежем воздухе, далеко от автомобильных трасс. На берегу Дона параллельно этому разбивался палаточный лагерь «Бивак на Куликовом поле», где ребят ждала интересная культурная программа, конкурсы, мастер-классы по традиционным ремеслам Куликова поля, походы, спортивные соревнования и многое другое.

² Министр сельского хозяйства Российской Федерации в 1999-2009 гг.

Этот проект способствовал патриотическому, экологическому и валеологическому воспитанию детей. Для современных туристов – это был новый интересный вид отдыха, возможность познакомиться с историей и культурой России.

Изучив очно конкретный опыт развития сельского туризма в Республике Карелия, автор пришел к выводу, что республике удалось сохранить имидж традиционной привлекательности для туристов, сформированный еще в советское время, основной туристский потенциал региона.

Развитие сельского туризма в Карелии началось с реализации европейского проекта Tacis, благодаря которому начался прием туристов в деревнях Тамбицы и Космозеро, где дома были оборудованы для круглогодичного приема туристов. С 2003 года уже около 30 местных жителей изъявили готовность принимать гостей в своих домах. В основном, это были пенсионерки, которым весьма кстати пришлась бы выручка за предоставленные туристам услуги. Последним же представилась возможность окунуться в местный быт, провести пару дней и ночей в традиционном карельском доме.

В рамках ИВРР-проекта Tacis рабочей группой из Карелии был разработан двухгодичный проект «Развитие сельского туризма на основе рационального использования природных и культурных ресурсов» [37]. В апреле 2003 г. была создана Карельская региональная общественная организация «Ассоциация владельцев сельских усадеб «Усадьба», в которую вошли все усадьбы, хозяева которых работали по данному проекту. Ассоциация призвана объединить владельцев сельских усадеб Карелии в единую структуру, что позволило разрабатывать и осуществлять целостную стратегию их деятельности с учетом интересов каждого члена «Усадьбы». Данная стратегия охватила следующие вопросы:

- объединение усилий и возможностей членов Ассоциации в организации мероприятий любого масштаба в области туризма и отдыха российских и иностранных граждан на территории Карелии;
- организация работы по развитию туристской инфраструктуры Карелии;
- организация обучения и курсов повышения квалификации представителей Ассоциации в области использования современных методов, средств и технологий организации турбизнеса. [33]

В данную Ассоциацию ежегодно входят новые владельцы гостевых домов, в настоящее время их количество насчитывает более 1000 членов,

которые оказывают услуги проживания в сельских домах, из них более 60 – профессионально и на постоянной основе. Сейчас сельский туризм становится мощным фактором развития села. Так, один гостевой дом создает порядка 4-12 рабочих мест: с одной стороны, это сами хозяева гостевого дома, с другой, владельцы транспортных средств, гиды, аниматоры, организаторы рыбалки и охоты, производители свежих продуктов из личных подсобных хозяйств и все те, кто обслуживают гостей.

Более того, начинающие сельские предприниматели могут рассчитывать от государства на субсидии в размере более 100 тыс. рублей. Подобная государственная поддержка указывает на то, что сельский туризм в Карелии признан перспективным на уровне Правительства Республики.

Достижение стратегической цели развития туризма в Республике осуществляется путем разработки и реализации программных мероприятий по следующим приоритетным направлениям:

1. Развитие туристской инфраструктуры.
2. Международное и межрегиональное сотрудничество в сфере туризма.
3. Разработка и маркетинг карельского туристского продукта.
4. Государственная поддержка отрасли.
5. Развитие въездного и транзитного туризма, расширение ассортимента и качества сопутствующих услуг.

Данные направления сочетаются со стратегическими задачами деятельности и функциями Госкомспорттуризма Республики Карелия:

- повышение экономической эффективности использования туристско-рекреационных ресурсов Республики;
- создание условий для привлечения инвестиций в туризм и совершенствования инфраструктуры туризма;
- разработка новых турпродуктов, повышение качества и расширение спектра предоставляемых туристских услуг;
- научное, кадровое и информационно-рекламное обеспечение отрасли, институциональное развитие туристского рынка, совершенствование взаимодействия и сотрудничества субъектов туристского рынка, формирование единого информационного туристского пространства, обеспечивающего активный маркетинг турпродуктов, обратную связь с туристским рынком, создание банка данных управленческой информации.

Комплекс стратегических задач направлен на создание условий для динамичного развития отрасли за счет оптимизации использования ту-

ристско-рекреационного потенциала республики, реструктуризации региональной экономики, создания источников и механизмов саморазвития индустрии туризма.

Эффективность системы государственного регулирования туризма в регионе зависит от применения системного и межведомственного подходов к формулированию комплексной проблемы развития туризма в системе территориального стратегического планирования республики и решения ее с помощью программно-целевых методов.

Опыт Республики Карелия показал, что формирование институциональных и правовых условий развития сельского туризма в регионе включает взаимодействие органов власти на федеральном и региональном уровне, местного самоуправления, предприятий туристской сферы, объединений, заинтересованных научных и образовательных организаций. Данную практику взаимодействия различных уровней власти и предприятий туристской индустрии необходимо внедрять и в других субъектах Российской Федерации.

В 2005 году в г. Москва была создана Ассоциация содействия развитию агротуризма «Агро Туризм Ассоциация», которая посвящена возрождению и развитию российского села. «Агро Туризм Ассоциация» взаимодействует и способствует развитию сельского туризма во многих регионах страны. В помощь индивидуальным предпринимателям аграрного, сельского, экологического и других направлений туризма на сельских территориях совершенствуется и развивается сайт Ассоциации www.agritourism.ru – информационно-методический портал, в котором размещена база данных для туристов внутреннего и въездного сельского туризма. Пользователям сайта – владельцам гостевых домов, туристических крестьянских фермерских хозяйств доступно бесплатно размещать на сайте свой туристический продукт. Гости сайта знакомятся с новостями сельского туризма в разных регионах страны и заказывают непосредственно у владельцев место отдыха на природе.

Всевозможные организационные процессы по развитию сельского туризма создаются и в Московской, Ленинградской, Калининградской областях, Чувашской Республике и многих других субъектах России.

Развитие сельского туризма в России – весьма актуальный сектор туристической индустрии. Специалисты турбизнеса предсказывают широкий размах развития сельского туризма, для которого в России есть огромные ресурсы и имеет очевидные преимущества:

- Рост доходов сельского населения.
- Сокращение уровня безработицы, стимулирование создания новых рабочих мест.
- Развитие малого предпринимательства на селе.
- Развитие социальной инфраструктуры села, а также экологической привлекательности сельской местности (см. Рис. 4).

Но более подробно и точно, на наш взгляд, данный вопрос прояснил Сизых А.А., который выделил три составляющие сельского туризма:

I. Взаимосвязь с сельским хозяйством:

- туристы повышают спрос на местную сельскохозяйственную продукцию;

- сельскохозяйственное производство не в состоянии обеспечить сельским жителям достаточный уровень доходов, паритетный с доходами в других секторах экономики;

- сельскохозяйственное производство во многом формирует сельский ландшафт, формируя историческое и культурное наследие сельской местности и/или, снижая рекреационную ценность сельской местности природоразрушающими технологиями и не вписывающимися в ландшафт постройкиками.

II. Положительные эффекты:

- стимулирует развитие местной экономики (сельского хозяйства, строительства, промышленности и др.), а также социальной и инженерной инфраструктуры сельских территорий;

- способствует преодолению процесса деградации и обезлюдивания сельских регионов, повышению их инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности;

- способствует сохранению, воссозданию культурно-исторических и природного наследия сельских территорий.

III. Основные составляющие успеха:

- наличие уникальных природных объектов;

- наличие богатого культурно-исторического наследия;

- гостеприимство сельских жителей, безопасность;

Развитая инфраструктура;

Соседство с крупными городами, расположение на известных туристических маршрутах;

- наличие мест размещения;

- рост популярности отдыха в сельской местности у состоятельных горожан;

- тщательное планирование и организация туристической деятельности, интеграция в местные планы развития;

- бережное отношение к окружающей среде. [57]

Имеющийся на сегодняшний день опыт показывает, что существует также немало проблем для развития сельского туризма в России из-за отсутствия общепринятой национальной концепции по развитию сельского туризма, четко сформулированной государственной политики и нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность в области сельского туризма, а также стандартов и нормативов, применимых в данной сфере; квалифицированных кадров; знаний и опыта работы в области обслуживания зарубежных и отечественных туристов.

Более того, следует отметить, что т.к. сегодня сельский туризм – это сравнительно молодое явление в нашей стране, поэтому четкого определения того, что же это такое, пока не существует. Если рассмотреть формулировку, предлагаемую специалистами Ассоциации развития агротуризма, то сельский туризм – это «вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков» [47].

В первую очередь, сельский туризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Сельский туризм (или, как его еще называют деревенский туризм, зеленый туризм, агротуризм) связан с такими видами отдыха, как экологический туризм, оздоровительный туризм и т.п. В практике развития туристической отрасли во многих странах сельский (агро-) туризм и экотуризм – взаимодополняющие и взаимосвязанные понятия. В широком смысле он включает все виды рекреационной деятельности в сельской местности: спортивный, культурный, деловой туризм, паломничество, охоту, рыбалку и пр. (рис. 1).

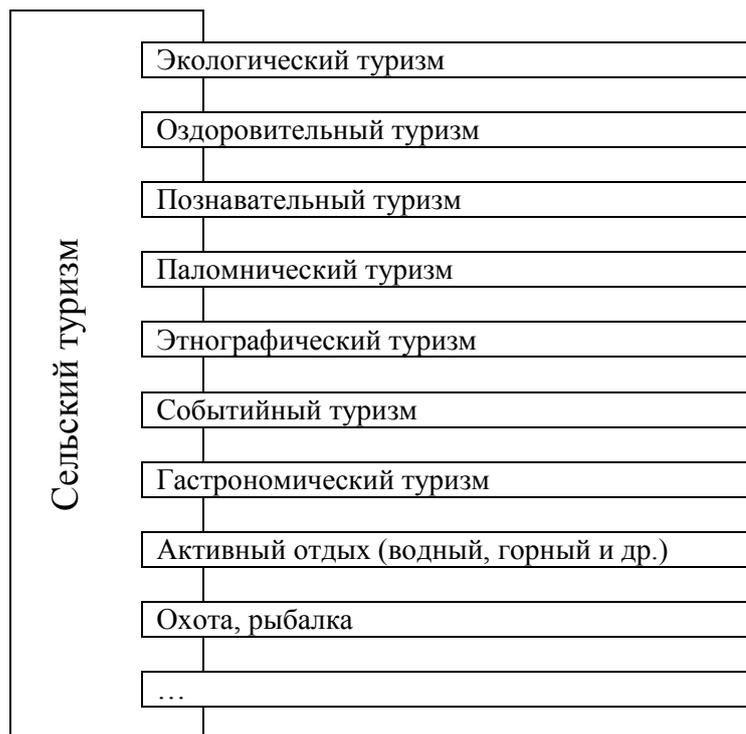


Рисунок 1 – Классификация сельского туризма

Сельский туризм с представленными видами туризма имеет единую сущность, в организационном плане, которой выступает семейный туристский бизнес. Это позволяет включать сельский туризм в комбинированные туры, что в свою очередь увеличивает спрос на туристский продукт:

Сельский комбинированный туризм – размещаясь в сельском гостевом доме, сочетают нескольких видов отдыха (организация экскурсий, осмотр памятников истории и достопримечательностей, катание на лошадях, обучение сенокосу и дойке коров, сбор грибов, ягод, целебных трав, дегустация продуктов местного приготовления: молока, масла, выпечки и др.).

Сельский оздоровительный туризм – предполагает организацию специальных оздоровительных процедур во время отдыха. Это может быть как баня, сауна, различные водные процедуры, так и апилечение (лечение пчелами), фитотерапия и т.д. При данном виде отдыха необходима тщательная организация комфортных условий для проживания отдыхающих и возможность быстрого оказания медицинской помощи.

Сельский образовательный туризм – предполагает организацию обучения различным ремеслам, например, приготовлению местных блюд, вязание, лозоплетение, валяние валенок, роспись по дереву, изготовление народных промыслов и т.п.

Возможность обучения приготовлению различных блюд может быть выделено в отдельный вид отдыха, - **сельский кулинарный (гастрономический) туризм**. Данное направление может заинтересовать как иностранных туристов, так и российских гостей, которым интересно кулинарное мастерство различных народов. У отдыхающих имеется возможность не только попробовать вкусную и полезную пищу, но и увезти с собой в качестве сувениров домашние вина и коньяки, сыр, оливковое масло и многое другое, что нельзя встретить в городских магазинах.

Сельский познавательный туризм – предполагает организацию многочисленных экскурсий, знакомство туристов с памятниками и достопримечательностями, связанными с историей, архитектурой, культурными эпохами и природными объектами; посещение театров, музеев, кино, концертов и т.п.; участие туристов в демонстрациях фольклора, национальной кухни и в выставках национального народного творчества.

Сельскохозяйственный туризм – размещаясь в сельском гостевом доме, туристы могут не только посмотреть, чем занимаются сельские жители, но и сами поучаствовать в сельскохозяйственных работах (уборке урожая, сенокосе, уходе за животными, пчелами, изготовлении сыра).

Сельский промысловый туризм – сочетание отдыха в сельском гостевом доме и заготовкой необходимых продуктов. При данном виде отдыха гостям предоставляется возможность сходить в лес за грибами и ягодами, пойти на охоту и рыбалку. При данном виде туризма хозяину гостевого дома необходимо иметь в доступе прокатный инвентарь (рыболовные снасти, охотничье снаряжение) и оказывать услуги проводника к местам рыбной ловли, сбора грибов и ягод, охотничьим угожьям. И если у туристов возникнет желание заготовить продукты впрок, то им нужно предоставить возможность приготовить варенье, соленье, сушку и обеспечить доставку продукции.

Сельский спортивный туризм – предполагает возможность предоставления услуг активного отдыха: прогулки на лошади или велосипедах, катания на лодке, занятия плаванием, теннисом, зимой – катаний на лыжах, коньках или санях. Здесь также должен быть обеспечен туристский и спортивный инвентарь на прокат, наличие лошадей, опытных инструкторов и сопровождающих.

Развитие различных направлений сельского туризма положительным образом влияет на сельские территории, стимулируя их экономическое и общественное развитие. Приток туристов на село придает ему новое каче-

ство во многих сферах, – самое важное среди которых, повышение уровня жизни в селе и преобразование облика села. Поэтому требуется грамотное вмешательство государства в регулирование сельского туризма, принятие соответствующих законов и нормативно-правовых документов.

1.3. Сущность государственного регулирования сельского туризма

Межпарламентская конференция по туризму, проведенная в Гааге в апреле 1989 г. приняла Гаагскую декларацию по туризму. Один из принципов данной декларации гласит: «туризм должен планироваться государственными властями и туристской индустрией на комплексной и последовательной основе с учетом всех аспектов. Ввиду того, что туризм имеет в национальной жизни, по меньшей мере, такое же промышленное значение как и другие виды экономической и социальной деятельности, и поскольку роль туризма будет вырастать по мере научного и технического прогресса и увеличения количества свободного времени, представляется необходимым расширять во всех странах права и обязанности национальных туристских администраций, приравнивая их к тому же уровню, который имеют администрации, отвечающие за другие крупнейшие экономические сектора» [56, с. 128].

В условиях перехода к экономике рыночного типа одной из главных задач успешного развития туризма в регионе является государственное регулирование всех социально-экономических процессов в отраслях производства, в социальной сфере и в регионах. Регулирование туристского комплекса должно являться важнейшей функцией государства в условиях рыночного хозяйствования.

Государственное регулирование индустрии туризма играет очень важную роль не только для населения, но и страны в целом, так как значение туризма в мире постоянно увеличивается, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. Оно затрагивает интересы всей хозяйственной и социальной сферы, всех регионов страны, оказывает на их развитие огромное влияние.

В основе государственного регулирования – использование рычагов и методов, прямых и косвенных регуляторов экономических процессов.

Различные аспекты экономической деятельности государство регулирует через бюджетную, банковскую систему, государственные заказы, таможенную и визовую службы.

Государственное регулирование устанавливает правила и порядок экономической деятельности, ответственность за соблюдение этих правил. В то же время государственное регулирование обеспечивает самостоятельную деятельность всех экономических структур.

Государству, рассматривающему развитие туризма как одну из приоритетных задач, не обойтись без целенаправленного государственного регулирования и поддержки развития индустрии туризма, без действенного национального механизма, координирующего политику на разных уровнях ее реализации.

Международные туристские организации прямо указывают по этому поводу, что «туризм должен планироваться государственными властями на комплексной и последовательной основе, с учетом всех аспектов этого феномена» [41, с. 71].

С учетом сложности и многогранности индустрии туризма, позволяет нам дать формулировку понятию «государственное регулирование индустрии туризма», так как с развитием туризма, превращением его в общественно значимый социально-экономический феномен особую актуальность приобретают проблемы его эффективного регулирования. Создание и внедрение инструментов, которые обеспечивают эффективную координацию деятельности хозяйствующих субъектов и мероприятий, реализуемые в регионах, и представляют собой государственное регулирование туризма, которое функционирует на различных уровнях власти и включает в себя координацию и содействие развитию туризма на международном, национальном и региональном уровнях.

Государственное регулирование туризма представляет собой деятельность органов государственной власти, цели которой определяются концептуальными представлениями о месте и роли туризма в экономике региона и страны в целом, и заключается в определении приоритетных направлений развития туризма, разработке и инициировании концепций и программ, их правовом, финансовом, кадровом и информационном обеспечении.

Государственная политика регулирования в сфере туризма создает условия и определяет основные направления развития, как самой индустрии туризма, так и других отраслей экономики, в той или иной мере ори-

ентированных на туристско-рекреационный рынок.

Сущность государственного регулирования туризма выражается в целях, средствах и организационных формах ее реализации, основными целями политики которого является:

- увеличение доли валового внутреннего продукта от туристской деятельности;
- увеличение числа занятых в индустрии туризма;
- обеспечение туристской деятельности в законодательно-оформленных рамках;
- сохранение и преумножение туристского потенциала страны и отдельных регионов.

Достижение этих целей предполагает решение главной задачи государственного регулирования туризма – создание благоприятных условий для его развития путем использования правовых, экономических, административных и иных методов воздействия, распределения материальных и кадровых ресурсов с учетом существующих приоритетов.

Цели государственной политики развития туризма реализуются на основе функционирования системы государственного регулирования туризма, под которой понимается совокупность организационных структур и методов регулирования, обеспечивающих выполнение функций планирования, координации, контроля-учета, оценки и корректировки деятельности элементов системного регулирования для обеспечения выхода на запланированные параметры развития.

Национальные особенности стран, связанные с историей их развития, географическим положением, менталитетом населения и особенностями его социально-культурного развития, определяют существенные различия в системе управления и регулирования туризма. В связи с этим, выстраивая политику в области развития туризма, Россия не должна копировать чужие схемы, а выработать собственную политику, учитывая, конечно, международный опыт.

Анализ функционирования системы регулирования туризма в нашей стране, изучение законодательства и экономической литературы позволяет сформировать систему эффективных форм и методов государственного регулирования, которая отображена на рисунке 2.

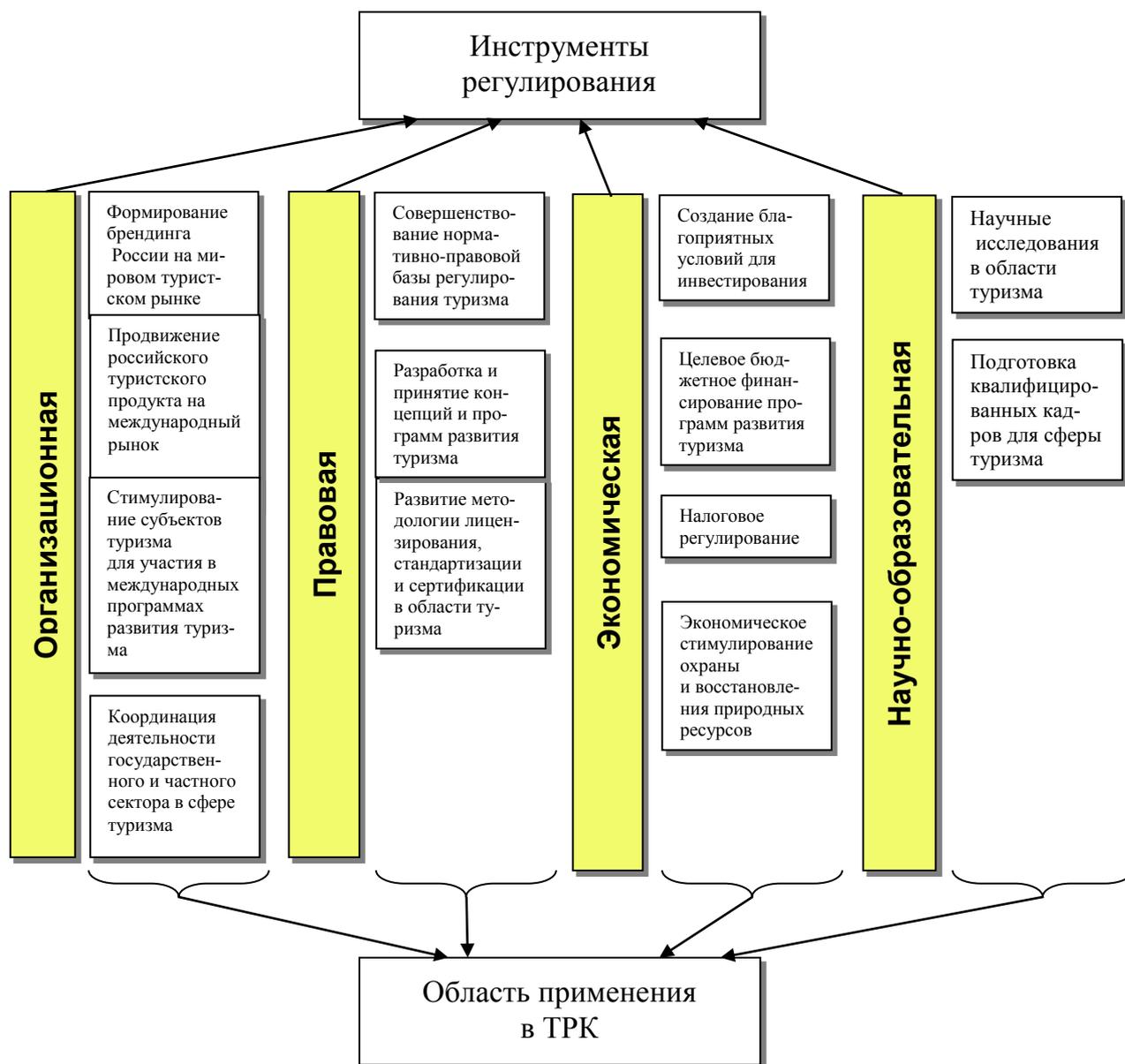


Рисунок 2 - Инструменты государственного регулирования развития туризма

Решение вопроса о необходимой мере участия государства в регулировании российской сферы туристских услуг должно опираться на простое суждение: государству следует делать то, чего не может делать туристский рынок. Следовательно, государство должно сосредотачивать свои усилия там, где туристский рынок обнаруживает свои «провалы» [67].

Среди основных направлений государственного регулирования функционирования туризма можно выделить:

- емкость туристского рынка, которая определяется величиной платежеспособного спроса и наличием у потребителей желания к совершению туристских поездок.

- направления туристских потоков;
- процесс производства туристского продукта;
- качество и безопасность предоставляемых туристских услуг;
- защита национальных интересов в международном туризме [62, с. 37].

В туризм вовлечено огромное количество людей и ресурсов, и поэтому способы государственного регулирования туристской деятельности отличаются большим разнообразием. Реализацию способов госрегулирования туризма можно распределить по 4 основным направлениям:

- совершенствование методов государственного регулирования;
- государственная поддержка туризма;
- создание условий для формирования устойчивого развития туризма;
- повышение координирующей роли федеральных органов исполнительной власти в сфере туризма.

Таким образом, методы государственного регулирования включают:

- общенормативные методы (введение общих правил создания, реорганизации, упразднения всех участников туристского бизнеса, введение общего порядка деятельности физических и юридических лиц);
- программно-установочные методы (разработка целевой программы развития, адресных инвестиционных программ, концепции развития туризма, стратегии государственной политики в сфере туризма);
- легализующие методы (лицензирование, аккредитация, сертификация);
- нормативно-количественные измерительные методы (цены, тарифы, нормативы на вместимость, допустимый вес багажа);
- налоги, сборы, ставки, таможенные пошлины;
- стимулирующие методы (кредиты, льготы, отсрочки, антимонопольное регулирование, поддержка конкуренции);
- контрольно-учетные и запретительные методы (контрольно-учетная и статистическая отчетность, запреты, ограничения, предписания, санкции, приостановление и признание актов, сделок недействительными).

Изложение и рассмотрение методов государственного регулирования развития туризма проведено в соответствие с реальными тенденциями раз-

вития последнего времени, так как очевидно, что изменение масштабов и интенсивности государственного вмешательства в развитие туризма носит периодичный характер, но всегда сохраняется необходимость его государственного регулирования.

Но все же следует отметить, что отдельных законодательных, нормативно-правовых документов, регулирующих сельский туризм в Российской Федерации нет или их недостаточно, т.к. не полно раскрывают все вопросы и проблемы сельского туризма. А существующие документы дают возможность рассматривать сельский туризм лишь через государственную поддержку развития крестьянских (фермерских), личных подсобных хозяйств и сельскохозяйственных потребительских кооперативов, оказывающих услуги сельского туризма или развитие дополнительной несельскохозяйственной деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей. Все это позволяет сделать вывод, что данные законодательные акты не могут соответствовать потребностям потребителей сельского туризма.

Подводя итог всему вышеизложенному, следует сделать вывод, что для успешного развития сельского туризма в регионе необходимо учесть следующее:

1. Развитие сельского туризма должно быть основано на базе развития существующих туристских ресурсов в сельской местности, а именно: спортивных объектах);

- развитие инфраструктуры сельской местности (водо-, газоснабжение, дороги, транспортное сообщение, телефонизация, амбулатории, объекты придорожного сервисного обслуживания, учреждения культуры).

2. Разработка и утверждение национальной политики по развитию сельского туризма:

- государственная регистрация, лицензирование, сертификация, стандартизация, классификация.

3. Стимулирование агротуристической деятельности:

- система кредитования, льготы, система налогообложения.

4. Политика государства в сфере занятости сельского населения;

- совершенствование финансово-кредитных рычагов воздействия на занятость и создание новых рабочих мест;

- стимулирование развития личных подсобных и фермерских хозяйств;

- совершенствование системы подготовки и переподготовки кадров.

5. Улучшение бытового и торгового обслуживания в сельской местности:

- ремонт одежды, обуви, химчистка, стирка;
- парикмахерские услуги;
- ремонт автомобилей.

Формирование государственной политики развития сельского туризма в регионе должно быть направлено на создание современного, высокоэффективного, конкурентоспособного туристического сектора на основе комплексного и устойчивого использования всех социальных, экономических, природных и культурно-исторических ресурсов сельской местности.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА



2.1. Национальные модели развития сельского туризма за рубежом

В настоящее время в мировой практике сельский туризм является одним из перспективных направлений развития туристской индустрии. Около 700 млн. туристов ежегодно путешествуют по планете, при этом по разным данным от 12 до 30 процентов из них предпочитают сельский туризм [18].

Особенно сельский туризм набирает популярность в Европе и США, как одна из разновидностей экологического туризма. Скажем, во Франции каждый третий турист – это сельский турист, в Великобритании 10% предпринимателей, ведущих бизнес в сельской местности, предлагают услуги в сфере сельского туризма [44], в Германии 4%. Более того, по словам руководителя пресс-службы Ростуризма Ирины Щегольковой, в настоящее время сельский туризм в Европе приносит около 20-30% общего дохода от туристической деятельности [35]. Это является следствием того, что занятие сельским туризмом поощряется на национальном уровне и рассматривается как комплексный инструмент государственного участия в программе социально-экономического развития села. В некоторых странах туристические поездки в сельскую местность занимают второе место после отдыха на море. Кроме того, развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и воссоздания национальных сельских ландшафтов [27].

Для сельских районов Европы данный вид туризма получает все большую популярность, поскольку способствует росту доходов местного населения от альтернативных источников, благоприятствует сокращению безработицы и способствует сохранению природы, уникальных сельских ландшафтов и культурного наследия. Формируются сельские организации туризма, которых во всей Европе более 1,5 миллионов, главным образом, являющиеся малыми и микро предприятиями семейного бизнеса, зачастую на основе частичной занятости. Координируют данные хозяйства, фермы,

усадебно специально организованные Ассоциации, Федерации, которые к тому же выполняют функции продвижения услуг сельского туризма. При этом каждая страна привносит собственный неповторимый колорит в обслуживание туристов, тем самым создает национальную модель организации сельского туризма. Главная особенность, объединяющая все модели сельского туризма, заключается в том, что отдыхающий размещается непосредственно на ферме – в гостевом домике. В период отдыха гостю предоставляется возможность познакомиться с местными традициями и особенностями деревенской жизни, – он может участвовать в несложных сельскохозяйственных работах (кормлении домашних животных, сборе урожая, сенокосе), а иногда принимать участие и в более сложных мероприятиях, таких как приготовление сыра, вина и другой продукции.

Для большинства жителей мегаполисов подобная перемена обстановки и рода деятельности является самым настоящим отдыхом, более того современные европейские предложения в сельском туризме не лишены привычного для горожанина бытового комфорта.

Значимый компонент сельского туризма – развлекательные программы. В настоящее время в Европе практически все объекты сельского туризма предоставляют дополнительные услуги для проведения досуга отдыхающих, которые могут зависеть от местных традиций и естественного ландшафта, включая рыбалку или охоту и заканчивая экскурсиями по достопримечательностям.

Великобритания. Британская модель организации сельского туризма отличается системой размещения туристов, в дальнейшем была перенята другими европейскими странами, и предполагает три типа проживания:

- в доме фермера с питанием в виде завтрака (farm B&B). В данном случае открывается возможность непосредственного контакта с семьей фермера;

- в отдельном здании на условиях самообслуживания (self catering unit). Это строение обычно представляет собой переделанный маленький амбар;

- в отдельном здании, вмещающем в среднем 8-15 туристов (bunkhouse). Для этого может быть использован большой амбар, разделенный на спальную зону, в которой сосредоточены все койко-места, кухню и ваннные комнаты. Данный вариант – самый экономичный (средняя стоимость ночевки одного человека составляет около 10 евро), поэтому является очень популярным у молодежи и студенческих групп.

Большинство ферм расположены в красивейших местах, дома снабжены ванными комнатами и их хозяйство регулируется по программам Национального совета по туризму.

Британская модель также интересна своеобразным сочетанием видов туризма, например, сельские туры часто включают в себя элементы познавательного туризма. Также постоянным успехом пользуются всевозможные спортивные мероприятия: пешие прогулки, катания на велосипедах, лошадях и пони (для детей), игры в футбол, крикет, гольф и многое другое. Следует отметить, что в Великобритании очень популярны верховая езда и гольф, поэтому эти услуги многие фермеры включают в свою программу развлечений.

Более того, в британской модели организации сельского туризма особое внимание уделяется экологическому воспитанию детей (элемент экотуризма). Для этого на фермах создаются специальные загоны для молодняка домашних животных (телят, козлят, ягнят и жеребят). Во время пребывания на ферме дети заботятся о маленьких животных, в результате у них формируется чувство ответственности за «младших друзей». [43]

Координирует британский сельский туризм Ассоциация «Farm Stay UK» (в пер. – «Проживание на ферме Великобритании»), которая специализируется на качественном продвижении сельского туризма по всей территории Великобритании. На сайте Ассоциации размещено более 1100 предложений по размещению туристов в живописных загородных домах Королевства. [23]

Германия. Сельский туризм является устойчивым видом туризма во всех частях Германии. В Федеральную Ассоциацию сельского туризма Германии и различные региональные союзы объединены около 10000 предприятий сельского туризма, в которых предлагается отдых на ферме, доме рыбака, апартаментах или домике в сельской местности. В данных хозяйствах гостям предлагаются такие формы организации досуга, как помощь хозяевам по хозяйству, уход за животными, проведение пикников, рыбалка.

Немецкий сельский туризм тесно связан с событийным туризмом. В Германии ежегодно проводятся множество народных праздников и фольклорных фестивалей, сельские ярмарки. Например, в Баварию на праздник пива «Октоберфест» стекаются туристы со всего мира. Несмотря на то, что основные события фестиваля проводятся в Мюнхене, многие деревушки привлекают туристов оригинальными праздничными программами, ста-

ринными рецептами национальных блюд и пива.

Испания. В Испании функционируют две региональные организации: «Raar» и «TURALCAT», которые предлагают широкий выбор сельских туристских услуг, одна расположена на юге страны, в Андалусии, другая – на северо-востоке, в Каталонии. Данные организации предоставляют возможность воспользоваться услугами сельских гостевых дворов, вилл, ферм во всех районах Испании, общее число которых достигает десяти тысяч.

В настоящее время эта отрасль туризма достигла высочайшего уровня развития. Туристам предлагаются путешествия по знаменитым винодельческим регионам, отдых на берегу моря, знакомство с культурой и бытом страны.

Италия. Сельский туризм в Италии состоит из идеального сочетания возможности прочувствовать местные традиции, просмотра мест исторического и культурного интереса, подлинной итальянской еды и вина, а также природных парков. Все это находится всего в нескольких минутах ходьбы от самых известных туристских достопримечательностей в стране.

В контексте итальянского сельского туризма заслуживает особого внимания ассоциация «Agroturismo» (отдых в рабочих фермах), которая объединяет 1600 хозяйств по всей Италии, предлагающие размещение, питание, кемпинг, развлекательные мероприятия и многое другое. Все они занимаются сельским туризмом в соответствии с региональным законодательством, и предлагают отличные стандарты обслуживания и комфорта для своих гостей.

По типам предлагаемых туристских программ крестьянские хозяйства Италии можно разделить на три тематические группы:

- «Природа и здоровье», — специализируются на сочетании сельского и экологического туризма.

- «Традиционная гастрономия», — каждый крестьянский двор имеет узкую специализацию и производит продукты, типичные для той или иной местности. На приморском юге и островах — это рыба и морепродукты, в столичной области Лацио — вина «Кастелли романи», в Абрुццо — оливковое масло.

- «Спорт», — хозяйства, уделяющие особое внимание спорту, представлены практически во всех итальянских провинциях. Особой популярностью среди туристов пользуются плавание, велоспорт, теннис и верховая езда. [43]

Выбор типов размещения в Италии как, например, в Великобритании, не ограничен комнатами, отдельными домами или апартаментами, но случаи использования старых строений (сараяв, амбаров) встречаются гораздо реже. Наибольшее распространение (более 40%) получило проживание в апартаментах.

Италия является лидером в сфере сельского туризма в Европе и на сегодняшний день остается одним из наиболее популярных туристических направлений. Первоначально итальянское правительство предполагало, что сельский туризм предоставит фермерам возможность дополнительного заработка, но время показало, что доходы от туризма превысили доходы от занятия сельских хозяйством, и туризм стал основной статьей заработка для фермеров [34].

Польша. В настоящее время в Польше насчитывается более 50 различных агротуристских ассоциаций, некоторые из которых разделены на подотрасли (агротуризм на фермах, эко-туризм, конный туризм и т.п.), все они насчитывают около 8000 агротуристских усадеб. Самая значимая из них – Польская Федерация сельского туризма «Hospitable Farms» (в пер. – «Гостеприимные фермы») объединяет более 600 хозяйств, которые имеют стандартизацию по классу «Три солнца», представляющий собой самый высокий стандарт. Знак аиста – логотип Федерации – имеют те хозяйства, которым Федерация дает гарантию того, что их услуги были сертифицированы и имеют систему стандартизации. Уровень контроля качества за услугами, предоставляемыми туристам, приехавшим на отдых в польскую сельскую глубинку, соответствует стандартам ЕС.

Усадьбы, предоставляющие услуги сельского туризма в Польше, имеют два типа специализации:

- агротуризм, – т.е. гостям предоставляются услуги проживания в сочетании с познавательным туризмом (например, обучение сельским премудростям, знакомство с фольклором, кухней и традициями края);

- использование агротуризма в качестве источника дополнительного дохода, – в данном случае гостям предоставляются только услуги проживания и питания без национальных изысков, а досуг туристы организуют самостоятельно.

Хозяйства в Польше расположены в живописных и разнообразных регионах. Фермеры предлагают комфортабельные номера, современные ванные комнаты и удобные комнаты для отдыха. Многие усадьбы находятся в старых зданиях, которые были отремонтированы специально для

туристов. Эти хозяйства в польской деревне предоставляют возможность не только спокойного отдыха, но и получить что-то из дополнительных услуг, будь то плавание или гребля, рыбалка или охота, катание на лыжах или санках, экскурсии или просто поход в красивые леса. Большинство хозяйств имеют в своем распоряжении велосипеды и различные виды лодок на прокат. Что касается приготовления пищи, то здесь имеется большое разнообразие блюд национальной кухни.

Франция. Во Франции функционирует региональная организация «Federation Nationale des Gites de France» (Национальная Федерация «Домашние гостиницы Франции»), которая предлагает широкий выбор туристских услуг отдыха в сельской местности. На сайте данной организации предоставляется возможность выбора множества вариантов отдыха в сельских гостевых домах, виллах, фермах во всех районах Франции.

По видам предлагаемых туристских программ гостевые хозяйства Франции можно разделить на следующие тематические группы, зависящие от их месторасположения и рода занятия:

- агротуризм, – более ориентирован на садоводческие и виноградарские предприятия. Важно, что проживание в домах фермеров во Франции не очень популярно, по этой причине для размещения туристов предлагаются маленькие коттеджи-апартаменты, где туристы-французы могут самостоятельно готовить себе еду, используя экологически чистые сельские продукты.

- гастрономический туризм, – предполагает туристские путешествия с возможностью знакомства с национальной кухней того или иного региона. В данном случае туристы останавливаются на фермах, предлагающих полный пансион, т.к. личное проживание в хозяйском доме позволяет познакомиться с процессом приготовления блюд, узнать их рецепт и отведать на вкус местные деликатесы.

- винный туризм, – является символом французского сельского туризма, в программах которого туристам организуются посещения различных винодельческих хозяйств, в большинстве своем семейных, использующих только собственный виноград и самостоятельно производящих вина и шампанское. Туристам предлагается помимо их дегустации, изучение технологии виноделия, ознакомление с правилами подачи вина к столу и сочетаемости его с гастрономическими блюдами.

- пляжный туризм, – сочетание размещения в сельском гостевом доме и купально-пляжного отдыха. Для туристов для данного вида отдыха

специально строятся коттеджные поселки, которые расположены в прибрежных сельских районах Франции.

- познавательный туризм, – сочетание размещения в сельском гостевом доме и познавательного туризма, который ориентирован для туристов, желающих познакомиться со знаменитыми замками.

- спортивный туризм, – предполагает организацию прогулок по горным тропам, альпинизм, горнолыжный туризм, конные прогулки и т.п.

США. Сельский туризм в США получил свое развитие за счет переселенцев, которые путешествуют по стране и в обмен на жилье и еду работают на разных фермах, ранчо. Данный вид туризма особенно распространён среди студентов, которые совмещают отдых вне города и возможность заработка.

Фермы, принимающие туристов, делятся на два типа: сезонные (открыты для гостей зимой и/или летом) и круглогодичные. Особенно много ферм принимающих туристов в таких штатах, как Техас, Аризона, Колорадо, Монтана, Вайоминг.

Например, в Колорадо ранчо «Black Mountain» (в пер. - Черная гора) предлагает отдых в стиле вестернов, в дополнительные услуги которых включены верховая езда, посещение родео, участие в перегоне скота, обучение обращения с лассо, стрельба по тарелочкам, рыбалка и многое другое.

Непал. Большая часть населения Непала – сельские жители, у туристов имеется уникальная возможность познакомиться с бытом, культурой, обычаями и традициями страны, остановившись в хижинах аборигенов, специально установленных палаточных лагерях или комфортабельных отелях. Туристы могут близко наблюдать за жизнью в деревне и при желании принимать в ней участие.

Сельский туризм в данной стране заметно выигрывает у традиционного туризма, по причине того, что все средства, полученные от туристов, идут напрямую местному населению. Если сельский туризм продолжит свое развитие, то это поможет в развитии всей страны и снизить уровень бедности. Поэтому поддержка туризма в этой стране находит свое подтверждение в местной администрации, а после окончания гражданской войны гостиничная индустрия и вся сфера гостеприимства получила новое дыхание и в настоящее время улучшает стандарты сервиса.

Индия. Индия – в значительной степени аграрная страна, где 52,1% населения заняты в сельском хозяйстве или смежных отраслях. Также в

Индии почти 60% территории – это деревни, в которых ярко выражены разнообразие религий, обычаев и традиций. В Индии проводятся всевозможные разнообразные фестивали и праздники, поэтому здесь для многих туристов отдых даст возможность попасть в совершенно новый, сказочный мир, наполненный мифами, обрядами, обычаями.

Но в то же время, не все области подходят для развития туризма и, не все индийское население может быть связано с туризмом, т.к. в стране имеются некоторые региональные отставания по своему развитию. В данной стране очень выражены отличия социальных слоев населения, туристам зачастую бросается в глаза колоссальная разница между знаменитыми индийскими трущобами и районами новостроек, между которыми может быть расстояние всего в несколько метров.

В деревнях туристам предоставляются такие условия, чтобы пожить в натуральных условиях, в которых живут сами аборигены, – на жаре, вдали от комфортабельных отелей, таким образом, у гостей появляется уникальная возможность прочувствовать множество новых ощущений.

Сельским туристам также предлагаются, помимо множества экскурсий по туристским достопримечательностям, поездки на чайные плантации, где можно понаблюдать за особенностями выращивания индийского чая, где также каждый при желании сможет проследить весь путь чайного листа, от момента его роста на плантации, сбора и до фасовки в чайные пакетики и коробочки.

Таким образом, следует сделать вывод, что во многих странах мира сельский туризм является одним из приоритетных и перспективных видов туризма, тем самым способствует привлечению дополнительных доходов для поддержания, как сельского хозяйства, так и сельских территорий в целом. Также зарубежный опыт показал, что сельский туризм для многих фермеров становится основным источником доходов, который позволяет содержать хозяйство. Сравнительно высокий спрос на сельский туризм, например, в Европе установился благодаря тому, что там имеется отличная база для развития данного вида туризма и помогает разрешить ряд существенных проблем, что улучшает экономическую ситуацию в стране.

В результате исследования национальных моделей организации сельского туризма в отдельных странах было установлено, что модели развития сельского туризма, например, в Великобритании и Франции имеют более самостоятельные признаки для ведения семейного бизнеса, а в Германии они выражены в меньшей степени.

Более того, в Европе функционируют организационные структуры, которые координируют продвижение услуг сельского туризма на рынок. Европейская федерация сельского туризма «Eurogites» – является крупнейшей в Европе по организации, управлению и продвижению услуг сельского туризма. Данная Федерация объединяет 20 Ассоциаций из 17 стран Европы: Германии, Австрии, Бельгии, Испании, Финляндии, Франции, Венгрии, Ирландии, Италии, Литвы, Люксембургу, Польши, Португалии, Румынии, Словакии, Швеции, Швейцарии. Общая сеть «Eurogites» – это 90000 частных владельцев, которые предлагают для гостей 130000 жилищных объектов по всей Европе [30].

Страны или отдельные фермы, которые не вошли в Европейскую федерацию сельского туризма «Eurogites», создали отдельные Ассоциации. Например, во Франции функционирует Ассоциация «Туризм в сельской местности», в Белоруссии – Общественное Объединение «Агро и экотуризм», которые также занимаются продвижением сельского туризма в национальном масштабе.

2.2. Анализ развития сельского туризма за рубежом

В настоящее время туризм занимает третье место в мире по уровню доходности после торговли нефтью и оружием, т.е. данная отрасль является перспективной и высокорентабельной. Так, в 2012 г. прямой вклад туризма в мировой ВВП составил 2056 млрд. долларов.

В 2012 году выросло число международных туристских прибытий на 39 млн. туристов (3,8%) и составило 1035 млрд. туристов. В данном вопросе наилучшие результаты показал Азиатско-Тихоокеанский регион (7%), в том числе Юго-Восточная Азия и Северная Африка – по 9%, Центральная и Восточная Европа – по 8%. Также возросло число туристских прибытий в Американском регионе на 6 млн. (4%), и общий показатель составил 162 млн. человек. В Африке численность турпотока увеличилось на 6% и составила 52 млн. туристов, в большей степени благодаря восстановлению темпов роста показателей туризма в Северной Африке (9%) и постоянному росту туризма в странах, находящихся южнее Сахары (5%). Отрицательные результаты показывают страны Ближнего Востока (-5%), несмотря на укрепление политической обстановки в Египте и однозначное восстанов-

ление в стране туризма. Структура международных туристских прибытий за 2012 г. показана на рисунке 3. [68, р. 7]

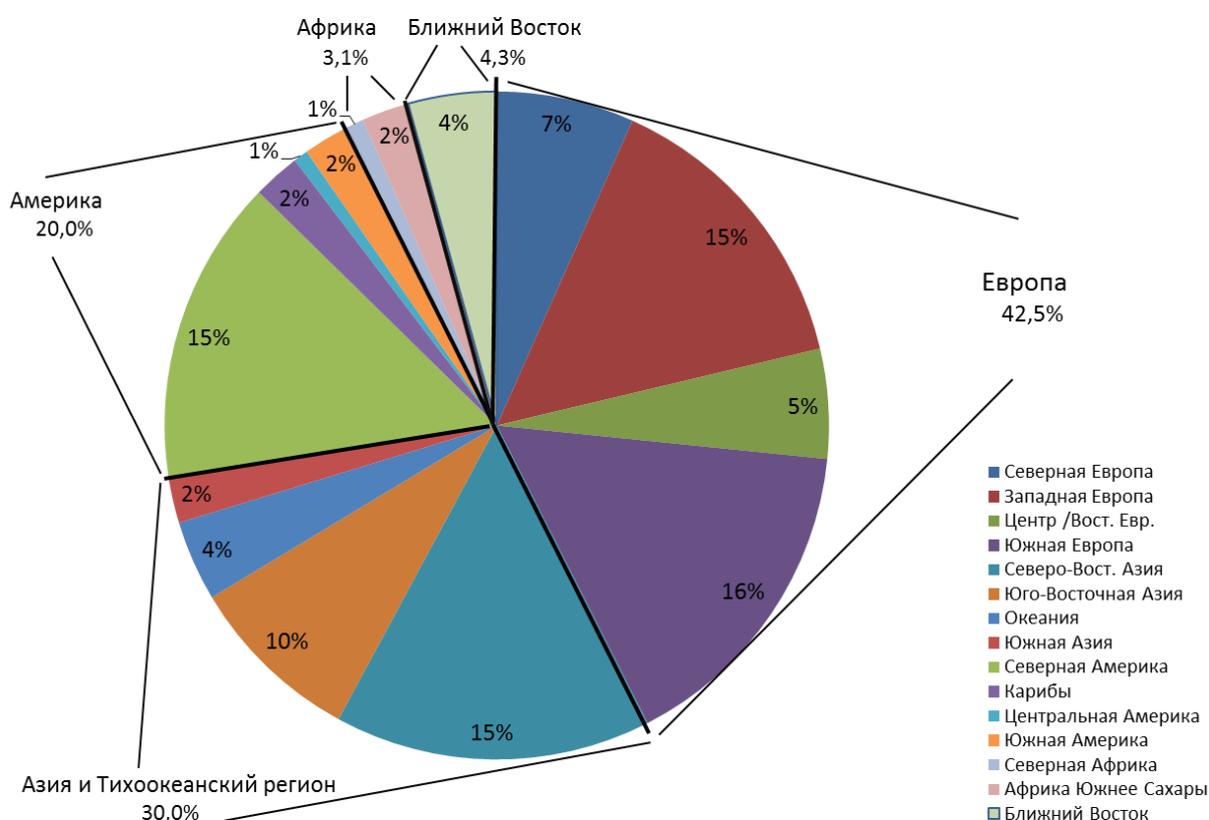


Рисунок 3 – Структура международных туристских прибытий за 2012 г.

Рисунок 3 показывает, что более 40% туристских прибытий приходится на страны Европы, 30% – на страны Азии и Тихоокеанского бассейна, 20% – на страны Америки, 4,3% – Ближний Восток и 3,1% – на Африку. В Европе страны-лидеры въездного туризма – это Великобритания и Германия, в которых туристский поток увеличился по сравнению с 2011 г. на 6% и 5%, соответственно. Из стран Азии лидирует Китай с приростом туристских прибытий в 16%, из стран Америки – США, в которых прирост составил 10%. Достижение представленных показателей связано с огромным потенциалом этих стран в сфере развития въездного туризма.

Кроме представленных стран сельский туризм имеет широкое распространение на Кипре (аграрный, экологический, культурный и познавательный туризм), в Австрии (аграрный, экологический, познавательный туризм), Финляндии (экологический, рыболовный туризм), Болгарии (рекреационный, культурный, познавательный, экологический туризм), ряде

других стран [21]. Роль сельского туризма в экономике некоторых стран в настоящее время очень высока и имеет тенденцию стабильного роста, которую подтверждают статистические данные Великобритании, где около 2/3 от ВВП страны приходится на сектор услуг, из которых гостиничные услуги занимают — 5% всего рынка услуг.

Великобритания является одной из самых посещаемых туристами стран в мире. Ежегодно в страну приезжают около 30 млн. туристов из разных стран. По данным 2012 г. Великобританию посетило 31084 тыс. туристов (+0,9%), которые провели в стране 230,2 млн. ночей. Целью приезда в Англию примерно 40% человек был отдых (в 2012 г. – 11,961 млн. туристов), тогда как деловые поездки составляют около 20% (в 2012 г. – 7,422 млн. человек). [22]

Анализ основных показателей развития отраслей, связанных с туризмом, показывает:

- За анализируемый период с 2003/2004 гг. по 2009/2010 гг. произошло увеличение основных экономических показателей (число предприятий, оборот, занятость в туризме) в сельских территориях на 11%, в городских – на 44%.

- В 2009/2010 гг. на отрасли, связанные с туризмом приходятся: 10,2% предприятий, 7,3% оборота и 12,6% занятого населения в сельских районах.

- На деятельность сферы общественного питания приходится 42,1% предприятий, 25,7% оборота и 44,4% занятых в сельском туризме, тем самым делает его крупнейшей сферой.

Производительность туристских предприятий, расположенных в сельской местности и городах, представлена в Таблице 1. [74]

Таблица 1 – Темпы роста туристских предприятий в сельских районах и городах Великобритании за 2003/2004 по 2009/2010 гг., %

Период	Число предприятий		Оборот (в ценах 2009/2010 гг.)		Занятость	
	в сельской местности	в городе	в сельской местности	в городе	в сельской местности	в городе
2003/2004	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2004/2005	104,3	103,1	97,9	109,5	101,6	103,3
2005/2006	110,4	107,8	105,4	113,5	108,8	105,5
2006/2007	112,2	110,2	106,1	127,9	113,2	107,3
2007/2008	117,9	114,8	115,8	134,9	119,6	112,1
2008/2009	124,7	121,2	109,8	142,8	127,2	113,8
2009/2010	123,2	118,2	128,2	143,7	129,9	111,3

Представленная таблица показывает, что темпы роста числа предприятий Великобритании в 2009/2010 гг. по сравнению с прошлым туристским сезоном составляли 123,2% в сельской местности и 118,2% - в городе, оборот организаций показал результаты в 128,2% и 143,7%, соответственно, показатели занятости в туризме составляли в сельской местности 129,9%, в городе – 111,3%.

В целом, производительность туристского сезона 2009/2010 гг. по отношению к сезону 2003/2004 гг. увеличилась как в сельской местности, так и в городе, по меньшей мере, на 11%. Число предприятий и занятость населения больше всего увеличились именно на селе (23,2% и 29,9%, соответственно), тогда как оборот больше увеличился именно в городских районах (43,7%).

Как результат, оборот предприятий вырос на 21,6% в городской местности в 2009/2010 гг. по отношению к сезону 2003/2004 гг., в сельской местности прирост составил всего 4,0%, в то время как оборот в городской местности увеличился на 29,1% по сравнению с уменьшением на 1,3% в сельской местности.

Доля сельского туризма в смежных отраслях в Великобритании показана в Таблице 2.

Таблица 2 - Доля сельского туризма в смежных отраслях Великобритании

Период	Число предприятий	Оборот (в ценах 2009/2010 гг.)	Занятость
2003/2004	24,1%	14,5%	15,1%
2004/2005	24,3%	13,2%	14,9%
2005/2006	24,5%	13,6%	15,5%
2006/2007	24,4%	12,3%	15,8%
2007/2008	24,6%	12,7%	15,9%
2008/2009	24,6%	11,5%	16,6%
2009/2010	24,9%	13,1%	17,2%

Данная таблица показывает, как изменилась доля сельского туризма в смежных отраслях за период с 2003/2004 гг. до 2009/2010 гг. Доля сельских предприятий в связанных с туризмом отраслях производства остается стабильной, на уровне чуть менее четверти. Доля оборота от связанных с сельским туризмом отраслей снизилась с 14,5% до 13,1%, в то время как доля занятости сельского населения увеличилась с 15,1% до 17,2%.

Связь туризма с отраслями промышленности, в сельской и городской местности Великобритании, представлена в Таблице 3.

Таблица 3 - Связь туризма с другими отраслями народного хозяйства, в сельской и городской местности Великобритании, за туристский сезон 2009/2010 г., по видам, в процентах

Вид отрасли	Число предприятий		Оборот (в ценах 2009/2010 гг.)		Занятость		Среднее значение	
	в сельской местности	в городе	в сельской местности	в городе	в сельской местности	в городе	в сельской местности	в городе
Размещение	9,1	3,9	12,0	6,1	18,7	11,1	13,3	7,0
Воздушный транспорт	0,5	0,3	13,2	9,6	2,7	3,0	5,5	4,3
Творчество, искусство и развлечения	10,4	13,4	3,1	3,3	2,7	3,4	5,4	6,7
Общественное питание	42,1	46,6	25,7	20,9	44,4	52,8	37,4	40,1
Организация азартных игр и букмекерские конторы	0,4	0,6	16,9	25,3	0,8	4,7	6,0	10,2
Наземный транспорт и трубопровод	3,6	4,3	2,1	4,2	3,1	4,2	2,9	4,2
Библиотеки, архивы, музеи и другие культурные организации	0,9	0,4	1,2	0,5	3,3	1,4	1,8	0,7
Офис административные, офисные поддержка и другие мероприятия по поддержке бизнеса	1,4	1,3	1,0	0,9	0,6	0,7	1,0	1,0
Операции с недвижимостью	21,6	21,0	11,3	11,7	8,1	7,9	13,7	13,6
Деятельность по аренде и лизингу	1,9	1,8	3,2	4,3	1,3	1,5	2,1	2,5
Спортивные мероприятия и организация отдыха и развлечений	5,8	3,5	5,9	2,1	12,5	5,0	8,1	3,5
Туристические агентства, туроператоры и др.	1,9	2,6	4,0	10,6	1,5	3,8	2,5	5,7
Водный транспорт	0,4	0,2	0,4	0,7	0,2	0,3	0,3	0,4
Все связанные с туризмом отрасли	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Из данной таблицы следует, что отраслевое разделение, связанных с туризмом отраслей, в сельских и городских районах имеет схожую долю.

В сельской местности услуги «Общественное питание» являются доминирующими, на них приходится 37,4% от доли связанных с туризмом отраслей. После них следуют «Операции с недвижимостью» (13,7%) и «Размещение» (13,3%).

В городских районах услуги «Общественное питание» также доминируют и составляют 40,1% от доли всех отраслей, связанных с туризмом, за ними следуют «Операции с недвижимостью» (13,6%), затем – «Организации азартных игр и букмекерские конторы» (10,2%).

Такие услуги, как «Размещение», «Библиотеки, архивы, музеи и другие культурные организации» и «Спортивные мероприятия и организация отдыха и развлечений» в Великобритании кажутся более значимыми в сельской местности, чем в городских районах. Доля туризма в отраслях народного хозяйства для всех основных параметров измерения (Число предприятий, оборот, занятость) для сельских регионов Великобритании выше, чем в городских организациях. Например, услуги «Размещение» отвечают за 9,1% связанных с туризмом сельских предприятий, 12,0% от оборота и 18,7% – занятости, по сравнению с 3,9% городских предприятий, связанных с туризмом, 6,1% оборота и 11,1% занятости.

Изучение вклада различных подразделений с оборотом предприятий сельского туризма и смежных отраслей дает представление о размере бизнеса Великобритании и тем самым других европейских стран, активно занимающихся сельским туризмом.

Более того, в мировой туристской индустрии сельская местность давно заняла крепкие позиции. Активно развивается сельский туризм в Финляндии, Швеции, Ирландии, Венгрии, Чехии и Словакии, Англии, Испании и т. д. В настоящее время в развитых европейских странах сельский туризм по популярности занимает второе место после отпусков на море и приносит около 20% общего дохода туристической индустрии.

2.3. Зарубежный опыт регулирования развития сельского туризма

Международная практика показывает, что повышение конкурентоспособности развития туризма любой страны на мировом рынке может быть достигнуто при условии выделения государственных бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Об этом говорит и опыт Европейских стран, который показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой. [19]

Выделяют следующие виды помощи государства туристской индустрии: субсидии; льготные займы; бонификация процентов и поручительство займов и процентов; налоговые льготы.

В мировой практике государство выполняет в отношении туризма следующие функции: [66]

- регламентирование туристской деятельности путем разработки законодательства, призванного обеспечить условия для добросовестной конкуренции на рынке туристских услуг и защиту прав потребителя, а также определение налоговых рамок функционирования туристской отрасли;

- координация развития туризма, которая включает внутреннюю координацию различных участников туристской деятельности в рамках отрасли и обеспечение гармоничного включения туризма в общий хозяйственный механизм, что можно рассматривать как внешнюю координацию;

- стимулирование международных обменов путем упрощения туристских формальностей, а также создание благоприятных условий для развития внутреннего туризма;

- обеспечение безопасности туристской деятельности и туризма, включая защиту окружающей среды, в пределах национальной территории;

- информационное обеспечение туристской деятельности, предполагающее сбор и обработку статистических данных, выпуск и распространение рекламно-информационных материалов, характеризующих состояние отрасли в национальном масштабе, а также проведение научных исследований в области туризма;

- продвижение национального туристского продукта на международном рынке;

- подготовка кадров.

Управление туристской отраслью осуществляется, как правило, через специальный административный орган – Национальную туристскую администрацию (НТА), роль которой в разных государственных структурах неодинакова. Несмотря на действие рыночных механизмов регулирования в экономике зарубежных стран, темпы развития туризма обычно тесно увязываются с позициями НТА в структуре органов государственной власти и с усилением вмешательства государства в продвижение туристского продукта своей страны.

Что касается правовой основы создания и деятельности туристских фирм, то в странах, где вопросам развития туризма придается большое значение, правовые аспекты отношений производителей и потребителей туристского продукта не остаются без внимания. От туристских фирм, выступающих в качестве посредника между прочими предприятиями туристской сферы и непосредственным потребителем их услуг, в существенной мере зависит степень удовлетворенности потребителя приобретенным пакетом услуг и безопасности при проведении путешествия. Поэтому в национальном законодательстве разных стран предусмотрены особые условия, определяющие возможность создания и регламентирующие последующую деятельность туристских фирм. Законодательные ограничения в этой сфере деловой активности устанавливаются в первую очередь для защиты интересов туристов как потребителей специфических услуг, а также для развития цивилизованных рыночных отношений в сфере туризма, в том числе для сохранения окружающей среды.

В области туристского законодательства ведущая роль принадлежит парламентским структурам, туристская администрация может выступить с законодательной инициативой. Туристская деятельность регламентируется как прямо, так и опосредованно. В первом случае речь идет о создании специального туристского законодательства, во втором случае туристское законодательство включается в блок законодательных актов, относящихся как к туризму, так и к другим отраслям экономики. В последнем случае национальная туристская администрация должна отстаивать интересы туристского сектора, доказывая равное значение туристских проблем и проблем, возникающих в других секторах экономики.

Главные задачи, стоящие перед странами в области туристского законодательства, - определение сферы деятельности, подлежащей регламентации, и отработка юридических механизмов воздействия на нее.

Переходя к практическому решению вопросов, связанных с разработкой туристского законодательства, необходимо очертить круг вопросов, подлежащих регламентации.

Исходя из практики зарубежных стран, можно сделать вывод, что туристское законодательство регламентирует следующие моменты деятельности:

- работу объектов туристской индустрии, в первую очередь средств размещения;
- профессиональную деятельность в туризме (туристские профессии), условия, при которых становится возможным профессиональное занятие туристской деятельностью;
- права и обязанности участников туристской деятельности, меры по защите прав потребителя в туризме;
- помощь туризму со стороны государства.

Далее можно представить способы регламентации основных сфер деятельности в туризме на базе анализа законодательных актов ведущих в туристском отношении стран.

Но прежде нужно заметить, что основные рычаги государственного регулирования туристской деятельности – создание особого правового поля, в котором формируются условия, обеспечивающие цивилизованное развитие основных сфер, связанных с функционированием туристского комплекса. На практике помимо законодательных мер, определяющих права и обязанности участников туристского рынка, широко распространены такие формы воздействия на туристскую сферу, как лицензирование, сертификация и стандартизация.

Лицензия является документом, разрешающим занятие тем или иным видом деятельности. Поскольку для получения этого документа соискатель должен соответствовать определенным требованиям, перечень которых определяется государством, последнее получает возможность регулировать рыночную деятельность, направляя ее в нужное русло. Кроме того, оставляя за собой право отзыва лицензии, органы государственной власти сохраняют рычаги контроля и воздействия на производителей туристского продукта, нарушающих установленные для них правила поведения на рынке. Перечень видов деятельности, подлежащих лицензированию, как и условия лицензирования, различаются от страны к стране, но некоторые закономерности можно вычлениить. Так, деятельность средств размещения практически нигде, за исключением Испании, не лицензируется. Гостини-

цы, как и рестораны, чаще становятся объектами сертификации или стандартизации в разных видах (аттестация, классификация и т.д.), чем лицензирования. Это можно объяснить спецификой деятельности данных объектов туристской индустрии. Вместе с тем деятельность туристских фирм, организующих путешествие, обычно подлежит лицензированию, но не становится объектом сертификации. Лица, оказывающие посреднические услуги в туризме: экскурсоводы, сопровождающие, гиды-переводчики, занимаются профессиональной деятельностью на основании лицензии или сертификата соответствия, выдаваемого по результатам аттестации.

Анализ законодательной базы показывает, что в таких европейских странах, как Франция, Испания, Венгрия, Португалия, Марокко и др., на право занятия туристской деятельностью турагентства должны иметь лицензию, и это подкреплено соответствующими Законопроектами и Указами. Но лицензии на турагентскую деятельность в разных странах различны. В Испании, например, турагентства делятся на три категории:

майориста – туроператоры, которые производят турпродукт и формируют пакет туруслуг для последующей его передачи агентствам «минориста», но не непосредственно туристам;

минориста — дистрибьюторы. Занимаются коммерциализацией продукта, произведенного агентствами первой категории, предлагая его непосредственно клиенту (туристу), а также организуют и (или) продают разного рода туруслуги напрямую туристу, но не другому агентству;

майориста-минориста — агентства, которые могут одновременно заниматься деятельностью, предусмотренной для каждой из первых двух групп в отдельности.

В Марокко Законом предусмотрены два типа лицензии:

а) лицензию типа «А» обязаны получить лица, желающие осуществлять туристские услуги всех видов деятельности (предоставление услуг средств размещения, питания, транспорта, заказ машин, организацию индивидуальных или групповых туров и т.п.);

б) лицензию типа «В» обязаны получить лица, желающие предоставлять только услуги средств размещения, питания, транспорта и заказ машин.

Швейцария же не имеет законодательства, регулирующего туристскую деятельность. Существует лишь вступивший в силу в июле 1994 г. Закон о продаже туров, в котором учтены директивы ЕС по данному вопросу.

В соответствии с принятой практикой профессионалы, объединяясь в ассоциации, сами контролируют туристскую деятельность, что восполняет отсутствие законодательства в этой сфере.

Европейское Сообщество. Директива ЕС от 13 июня 1990 г. призвана гармонизировать законодательные и нормативные акты государств - членов ЕС в части, касающейся организации и продажи туров для путешествия и отдыха в составе комплексного туристского продукта.

Необходимость такой гармонизации вызвана не только тем, что имеющиеся расхождения нарушают права потребителя турпродукта и создают дополнительные трудности для поставщиков услуг, но и тем, что эти расхождения ставят в неравные конкурентные условия операторов разных стран. Выравнивание законодательных требований к продаже турпродукта позволит потребителям разных стран ЕС приобретать его на равных условиях.

Следующая форма воздействия на туристскую сферу – сертификация, – представляет собой процедуру, подтверждающую соответствие объекта сертификации (в данном случае туристской услуги) нормам и правилам, установленным государством для подобного рода услуг. Сертификации в туризме подлежат или туристские услуги (как и в Российской Федерации), или услуги гостиниц (как в большинстве европейских стран). Процедура подтверждения соответствия осуществляется органом сертификации - независимой от потребителя и исполнителя уполномоченной на то организацией.

Основные цели и принципы сертификации туристских услуг следующие:

- создание благоприятных условий для деятельности предпринимателей на национальном и международном товарном рынке;
- содействие потребителям в компетентном выборе продукции (товаров, работ, услуг);
- защита потребителя от недобросовестности изготовителя (продавца, исполнителя);
- контроль безопасности продукции (товаров и услуг) для окружающей среды, жизни и здоровья потребителя, а также его имущества;
- подтверждение показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Основная часть регулирующих нормативных актов - это стандарты того или иного содержания, что позволяет говорить о тесной взаимосвязи

процессов сертификации и стандартизации и о большом значении последней для развития всей туристской индустрии.

Любой процесс соотнесения услуг с действующими в данной отрасли стандартами предваряет классификация этих услуг. Иными словами, прежде чем приступить к процедуре стандартизации, необходимо точно установить, относится ли услуга к группе, на которую распространяется данный стандарт. Например, при присвоении разряда тому или иному средству размещения определяют сначала его тип, а уже затем подтверждают его принадлежность к той или иной категории. Если речь идет о гостинице, то действуют одни виды стандартов, если объектом стандартизации становится мотель, то требования к его оснащению и оборудованию меняются.

Сертификация в европейских странах так же, как и лицензирование, регулируется Правительством. Законодательные акты регламентируют деятельность туристских предприятий, которые распространяется как на гостиницы, кемпинги, апартаменты, турагентства и информационные агентства, работающие с туристской информацией, так и на рестораны, для которых определяются условия их работы, а также права и обязанности владельца и клиентов, права по регламентации туристской деятельности исключительно за центральными органами. В других же указах определяются нормы противопожарной безопасности в общественных местах, минимальные требования к классности ресторанов, гостиниц, апаротелей и мотелей, определяются нормы и процедура их классификации.

В Швейцарии нет законодательных актов, которыми бы регламентировалась работа средств размещения. Контроль этого участка туристского сектора осуществляется соответствующими профессиональными ассоциациями.

Швейцарская ассоциация владельцев гостиниц (SSH) в 1979 г. создала собственную систему сертификации по «звездочному» принципу. Процедура присвоения гостинице категории повторяется каждые пять лет.

Европейское Сообщество. В соответствии с принятой практикой Директивы ЕС касаются только тех вопросов, решение которых на общеевропейском уровне интересует всех членов Сообщества. К средствам размещения применяются три основные Директивы:

1) Директива от 22 декабря 1986 г. относительно стандартизации информации в существующих гостиницах (государства-члены ЕС должны были внедрить в течение двух лет стандартизованные системы информа-

ции);

2) Директива от 22 декабря 1986 г. о мерах по противопожарной безопасности;

3) Директива от 24 июля 1992 г. о защите прав лиц, заключающих контракты на покупку совместной собственности (таймшер).

В итоге, можно отметить, что первая проблема, стоящая перед туристскими администрациями, разрабатывающими законодательство в области туризма, – это сертификация средств размещения, которая может быть обязательной или добровольной. В первом случае определение классности гостиницы идет параллельно с выдачей официального разрешения на право оказания гостиничных услуг.

И третья форма регулирования туристской сферы в мировой практике – стандартизация.

Под стандартом в сфере предоставления туристских услуг понимается национальный и международный стандарт, санитарные, строительные нормы и правила и другие документы, которыми в соответствии с законодательством устанавливаются обязательные требования к качеству услуг.

Стандартизация - процесс определения стандарта, соответствующего данной услуге, и приведения этой услуги в соответствие установленным для данной категории (группы) услуг требованиям.

Вопросы сертификации гостиничных предприятий на качество оказываемых услуг, как и вопросы качества обслуживания в целом, не могут решаться в отрыве от решения вопросов стандартизации основных процедур обслуживания и работы с клиентами. Задача стандартизации – предоставить предприятиям туристской сферы возможность не только обеспечивать нужный клиенту уровень обслуживания, но и воспроизводить его в желаемых масштабах. Последний процесс является самым сложным с точки зрения решения проблемы управления качеством (TQM), которая тесно связана с применением стандартов серии ИСО 9000 (версия 2000 г.), которые были разработаны для того, чтобы помочь предприятиям всех форм собственности и размеров внедрить и обеспечить функционирование эффективных систем менеджмента качества.

Разрабатывая стандарты и контролируя соответствие предприятий туристской сферы установленным нормативам, государство осуществляет регулирование туристской деятельности, гарантируя качество и безопасность обслуживания клиентов на объектах туристской инфраструктуры.

В дополнение совершенствования функционирования сферы турист-

ско-рекреационных услуг для ряда стран можно предложить разработку механизмов особого экономического регулирования (управления) для привлечения дополнительных инвестиций с целью развития инфраструктуры рекреационных комплексов. Имеется в виду не только создание безналоговых зон, а ряд комплексных мер, направленных на стимулирование развития туризма в регионах. Это могут быть не только налоговые и таможенные льготы, но и упрощение визовых формальностей, предоставление доступных кредитов и другие меры правового и экономического характера. Причем такие механизмы уже успешно используются в ряде стран, имеющих известные курорты и туристские центры [20].

Более того, в развитых в туристском аспекте странах, формы поддержки могут варьироваться от прямых инвестиций, направляемых на формирование туристской инфраструктуры, до расходов на подготовку кадров, научное и рекламно-информационное обеспечение продвижения национального туристского продукта на мировом рынке, налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций и развитие внутреннего и въездного туризма.

Важным этапом создания эффективной системы регулирования туризма является выбор модели организационного построения и определение, с учетом существующих реалий, наиболее рационального способа ее реализации. Мировая практика развития систем государственного регулирования туризма выработала три основных типа моделей государственного участия в регулировании этой важной составляющей национальной экономики [65, с. 89].

Первая модель регулирования индустрии туризма, реализуемая, например, в США, предполагает отсутствие центральной государственной туристской администрации. Решение всех вопросов осуществляется на местном уровне в ходе взаимодействия субъектов туристской деятельности на основе принципов рыночного «саморегулирования». Вмешательство государственных органов происходит только в случае возникновения серьезных противоречий. Реализация подобной модели регулирования туризма предполагает:

- присутствие сильных компаний в индустрии туризма, способных инициировать и самостоятельно осуществлять крупномасштабные проекты;
- развитость и прочность позиций различных элементов рыночной инфраструктуры;

- высокую привлекательность туристских объектов для посещений;
- прочный и отлаженный характер отношений в условиях рыночного взаимодействия.

В США после ликвидации в 1997 г. государственной структуры - Администрации путешествий и туризма США – United States Travel and Tourism Administration (USTTA), ведавшей туризмом, появилась некоммерческая ассоциация Америки – The Travel Industry Association of America (TIA) [78], состоящая из более 1000 членов организаций, фирм и правительственных учреждений, основной целью которой является содействие поездкам в пределах Соединенных Штатов [70]. Основаниями для такого шага послужили:

- необходимость сокращения расходов федерального бюджета;
- реальность устойчивых позиций США на международном рынке туризма;
- привлекательность страны для зарубежных туристов;
- присутствие сильных частных компаний в индустрии туризма, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

Вторая модель предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, контролирующего деятельность всей отрасли. Модель предполагает масштабное участие государства в финансировании развития туристской инфраструктуры, проведение рекламной и маркетинговой деятельности.

Например, на рекламу своих курортов и отелей министерство туризма Египта ежегодно тратит только в России около миллиона долларов [24].

Лидер пристрастий российских туристов в летний период – Турция (по данным турецкой стороны, страна принимает ежегодно не менее 2 млн. граждан России) и с 2008 года увеличила свой рекламный бюджет с 10 млн. до 12 млн. долларов. Это максимальная сумма, выделяемая иностранным государством на российский туристический рынок. Управление по туризму Таиланда также увеличило бюджет на рекламу и продвижение своей страны в России, доведя сумму вложений почти до 1 млн. долларов [58]. Эффект от этой акции во многих странах превзошел все ожидания, число международных прибытий увеличилось в разы.

Организация управления туристской индустрией по второй модели распространена также и в других странах, где туризм является одним из основных источников валютных поступлений в бюджет.

Третья модель, реализуемая в европейских странах, и заключается в том, что вопросами развития индустрии туризма ведает какое-либо многоотраслевое министерство, чаще всего экономического профиля. При этом подразделения данного министерства, ответственные за туризм, действуют в двух направлениях: занимаются решением общих вопросов государственного регулирования (разработка нормативно-правовой базы, координация деятельности регионов, межгосударственное сотрудничество, анализ статистической информации) и проводят маркетинговую, рекламно-информационную деятельность, управляют туристскими представительствами за рубежом. Данная модель наиболее приемлема и близка для России, поэтому целесообразно рассмотреть ее более подробно.

В развитых европейских странах Государственная туристская администрация взаимодействует с местными властями и частным бизнесом, преследуя цель привлечения финансовых средств из частного сектора к выполнению государственных задач и нахождения взаимовыгодных форм сотрудничества между органами управления различных уровней. Данная политика оказалась более результативной в виду того, что позволила взаимодействовать смешанным по форме собственности (государственно-частным) институтам в области регулирования туристской деятельности.

В качестве вариантов применения третьей (европейской) модели регулирования индустрии туризма можно рассмотреть страны, на которые по данным ЮНВТО, приходится около трети мировых туристских прибытий (Великобританию, Францию, Испанию, Италию), и Австрию, которая входит в 15 стран-лидеров по международным туристским прибытиям. Организация управления туризмом в данных странах представлена в таблице 4³.

Из таблицы видно, что, например, в Великобритании сферу туризма возглавляет Министерство культуры, зрелищ и спорта, которому подчиняется орган, непосредственно курирующий туризм – Британская туристическая администрация – British Tourist Authority (BTA).

³ Таблица составлена и дополнена автором самостоятельно, используя источник [64].

Таблица 4 - Организация управления туризма в ряде европейских стран

Страна / Наименование	Великобритания	Франция	Испания	Италия	Австрия
Название ведомства	Министерство культуры, зрелищ и спорта	Министерство общественных работ, транспорта и жилищного строительства	Министерства экономики и финансов	Министерство промышленности	Министерство экономики и труда
Подразделения в министерстве, координирующие туристской деятельности	Центральная туристическая организация	Государственный секретариат по вопросам туризма (Национальный совет по туризму)	Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу	Департамент по туризму	Департамент по туризму и историческим объектам
			Центральная дирекция по туризму		
		Управление туризма	Гостиничная цепь «Paradores»		
Организация, осуществляющая внешнюю маркетинговую политику	БТА	«Maison de la France»	Институт туризма «Turespaña»	ENIT	ANTO
Финансирование из госбюджета, %	68	60	100	100	100
Доля туризма в ВВП страны, %	9,7	9,7	10	9,3	12,5
Кол-во стран, в которых имеются представительства	26	29	23	20	26
Расходы на рекламу туристских возможностей, млн. долл.	42,5	60	79	25	Нет данных

ВТА занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию и развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма. Являясь по организационно-правовой форме частнопредпринимательским институтом, ВТА наряду с традиционной деятельностью на зарубежных рынках (распространение информации туристического содержания, участие в выставках) предоставляет платные консалтинговые и маркетинговые услуги, организует выставки и семинары, осуществляет различные проекты с участием иностранного капитала, издаёт и реализует путеводители, видеофильмы и другую рекламно-информационную продукцию. Во главе ВТА стоит совет директоров (президент и пять ее членов). В штате организации около 300 человек, из которых примерно треть работает в Лондоне, а остальные – за рубежом в 26 странах мира. Более чем на 2/3 (68%) ВТА финансируется из госбюджета.

Во Франции вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства общественных работ, транспорта и жилищного строительства, в структуре которого предусмотрены Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. Эти органы курируют вопросы управления и регулирования отрасли, инвестирования и международных отношений в сфере туризма.

Кроме того, в управлении туризмом «с правом совещательного голоса» существует и другие структурные органы:

- Совет по туризму при Министерстве общественных работ, транспорта и жилищного строительства, занимающийся консультативной деятельностью;
- Французское агентство туристского инжиниринга и Национальный наблюдательный совет по туризму, которые проводят маркетинговые исследования и трудятся над статистикой в туризме;
- Национальное агентство по отпускным поездкам, в компетенции которого находится социальный туризм;
- Национальный комитет по процветанию Франции отвечает за экологию и озеленение городов.

На региональном уровне действуют представители центральной исполнительной власти, решающие вопросы развития туризма и подчиняющиеся непосредственно префектам. Деятельность этих представителей направлена на координацию местных и национальных инициатив, так как полномочия местных властей в области туризма достаточно велики.

Продвижением образа Франции как туристского центра на международном рынке занимается ассоциация «Maison de la France» - «Дом Франции», который был создан в 1987 г. в результате соглашения о партнёрстве между местными администрациями, туристическими фирмами, гостиницами, администрациями объектов экскурсионного показа. В настоящее время ассоциация насчитывает около 1400 членов. Она проводит операции на всех 5 континентах, в 35 отделениях в 29 странах. В офисах «Maison de la France» работают более 200 человек, и несут ответственность за содействие Франции в качестве туристов в различные рынки, сгруппированных по основным географическим областям деятельности, на основе ежегодных планов действий. Они работают во всех сферах деятельности для успешного развития туризма (PR, связь со средствами массовой информации, коммерческое продвижение и т.д.).

Руководит ассоциацией совет директоров, состоящий на треть из чиновников госаппарата, и 2/3 – представителей частного бизнеса. Поэтому деятельность ассоциации финансируется на 60% из государственного бюджета [75].

На наш взгляд, такая организация хорошо вписалась бы в правовое поле в сфере регулирования туризма в России, так как условия Франции довольно схожи с российскими условиями деятельности туристского бизнеса.

Для современных условий РФ, характеризующихся, в первую очередь, низким уровнем доходов большей части населения и, соответственно, слабыми возможностями к путешествиям, примечателен опыт Франции по поддержке и развитию, например, социального туризма.

Франция является наиболее наглядным примером проведения последовательной государственной политики развития туризма, который представляет собой централизованное программирование развития туризма как составного элемента социально-экономического развития в целом. В результате этого государство на протяжении длительного периода времени входит в число мировых лидеров по числу посещений туристов и финансовых поступлений от международного туризма. Францию ежегодно посещают более 60 млн. человек.

В Испании туризм регулируется Государственным секретариатом по торговле, туризму и малому бизнесу, подчиненный Министерству экономики и финансов. Помимо Госсекретариата Министерству подчиняются:

- Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и выработка общих направлений государственной политики в сфере туризма);
- гостиничная цепь «Paradores» (более 90 отелей, которые размещены в заповедниках, и в исторических зданиях, таких как замки, дворцы, монастыри);
- два выставочно-конгрессных центра (в Мадриде и Малаге) и Испанский институт туризма – «Turespaña».

Полномочия Министерства экономики и финансов ограничены. Такие важные функции, как лицензирование, сертификация услуг, разработка стратегии развития туристской индустрии, являются прерогативой местных властей.

С целью координации их деятельности в Испании создан Совет по развитию туризма, в состав которого входят представители государственных органов власти всех уровней и представители частного бизнеса. Решения Совета носят рекомендательный характер.

Испанский институт туризма «Turespaña» занимается привлечением иностранных туристов, осуществляя рекламную деятельность и продвижение испанских курортов за рубежом. Организация имеет широкую сеть информационных офисов в Испании и 32 представительства в 23 странах мира. Государственный бюджет полностью финансирует деятельность Института [76].

В Италии Департамент по туризму входит в состав Министерства производственной деятельности. Основные функции Департамента сводятся к координации деятельности региональных турадминистраций, разработке нормативно-правовых отраслевых документов национального характера, исследованиям и обработке статистических данных, а также международной деятельности (межправительственные соглашения, взаимоотношения с международными организациями и Евросюзом).

Полномочия местных турадминистраций также значительно расширены. Они ведают всеми вопросами лицензирования туристской деятельности на своей территории, осуществляют классификацию гостиниц, имеют право рекламировать и продвигать свои регионы внутри страны и за рубежом (рекламные кампании, участие в выставках и т.п.).

Однако ведущая роль в представлении Италии на международном туристском рынке принадлежит Национальному управлению по туризму - Italian State Tourist Board (E.N.I.T.), основными функциями которого явля-

ются рекламно-информационная деятельность, маркетинговые исследования, координация зарубежной деятельности местных турадминистраций. ENIT подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из госбюджета. В штате ENIT 200 человек, в том числе сотрудники в 20 представительствах в 16 странах.

В Австрии в состав Министерства экономики и труда входит Департамент по туризму и историческим объектам. Основные функции Департамента: разработка стратегических руководящих принципов для австрийской политики в области туризма; обеспечение обмена информацией; объединение всех лиц, работающих в сфере туризма, в том числе национальных и международных организаций; выделение финансовых средств, представление федеральных интересов в рамках Австрийского национального управления по туризму с учетом важности туризма на политическом уровне.

Основные цели национальной политики в области туризма направлены на способствование долгосрочному росту и занятости, использованию дополнительных возможностей для потребления и имеющихся преимуществ географического положения, а также устранение сбоев и искажений рыночного механизма.

Основными стратегиями для достижения этих целей служат: создание конкурентных преимуществ, повышение производительности, повышение международной конкурентоспособности и управление дестинациями.

Продвижением Австрии на международном туристском рынке занимается Австрийское национальное управление по туризму - Austrian National Tourist Office (ANTO). Управление получает 100 процентное финансирование (Правительством Австрии вносится 75% и Австрийской федеральной экономической палатой - 25%).

Целью ANTO является укрепление Австрии как туристского государства. Поэтому он позиционирует достопримечательности Австрии как места для отдыха во всех частях мира путем установления и поддержания тесных контактов с туристическими агентствами и средствами массовой информации и путем обеспечения постоянного потока информации (1500 маркетинговых мероприятий в год). Для эффективной и скоординированной деятельности ANTO было создано 26 представительств по всему миру: в Германии, Швейцарии, Южной Европе (Италия, Мальта и Греция), Великобритании (Ирландия), Испании и Франции, Скандинавии (включая

страны Балтии), Центральной Европе (Венгрия, Польша, Чешская Республика, Словакия, а также Словения и Хорватия), странах СНГ (в том числе Украины), Северной Америке (США и Канада), в Латинской Америке, а также отдаленных рынках (за исключением Северная и Южная Америка) [77].

В Восточных странах, например, Китае, регулирование туризма отличается наличием территориального признака. Для большинства иностранных туристов созданы специальные туристско-рекреационные зоны, где созданы инфраструктурные условия для них. Большая часть территории Китая туристам недоступна, так как ни с точки зрения безопасности, ни с точки зрения инфраструктурных возможностей другие территории в настоящее время не могут предоставить комфортные условия. В северной части Китая основной поток туристов сконцентрирован на столице – г. Пекин, который знаменит в основном культурно-историческими достопримечательностями (Китайская стена и др.). В южном Китае – обширная территория от долины Янцзы на севере до побережья Южно-Китайского моря, включая острова – сочетание природно-климатических ресурсов, живописных ландшафтов и объектов культурно-исторического значения, а также деловой туризм в Гонконг и Шанхай.

По уровню развития туристской инфраструктуры территория страны достаточно четко делится на три больших зоны: приморскую, центральную и западную. Наиболее развитой и современной инфраструктурой отличается приморская зона, где расположена едва ли не основная часть туристских достопримечательностей. Здесь располагаются Пекин, Шанхай, Гуандун. Наименее развита и освоена с туристской точки зрения западная зона, включающая пустынные, полупустынные и горные районы Синцзяна, Ганьсу, Цинхая и Тибета. Эти территории имеют ряд значимых туристских объектов (например, тибетский очаг буддизма и высочайшие горные вершины Гималаев), однако практически не располагают современной инфраструктурой туризма и ждут своего освоения [42, с. 165-166].

В регулировании визовых формальностей и таможенных правил Китай стремится создать более благоприятные условия.

Виза в Китай необходима для большинства иностранцев, пересекающих границы материкового Китая, хотя для европейцев, посещающих Гонконг и Масау, визы не нужны. Транзитные путешественники могут пребывать в Китае без визы на протяжении 24 часов, при условии, что они имеют на руках авиа-билет для вылета из Китая дальше по маршруту сле-

дования. Заказать визу в Китай можно в китайских посольствах и консульствах большинства стран.

Прием и выдача документов в консульском отделе Посольства КНР в Москве по понедельникам, средам и пятницам. Визы оформляются в течение 7, 3 или 1 дня.

Улучшение транспортной доступности Китая и облегчением визового режима непосредственно способствовали усилению въездного туристского потока в страну. В последние годы были модернизированы, расширены или отремонтированы 145 больших и средних аэропортов, таких как Пекинский, Шанхайским Гуанчжоусский, а также около 100 других ведомственных аэропортов в Западном Китае. В ряде городов было предпринято расширение морских портов, которое существенно улучшило доступность страны.

Государственный сектор занимает доминирующее положение на внутренних рынках Китая и является главным каналом товарного обращения. Исключения составляют особые экономические зоны, приграничные города, открытые приморские города, беспошлинные зоны, открытые для иностранных предпринимателей. Стратегия постепенного открытия Китая внешнему миру относится и к туризму, и большая часть туристского потока направляется в эти территории.

Структура управления туризмом в Китае отражает, в основном, выработанную систему в СССР, с сохранением ее основных компонентов и по настоящее время. Главные организации по приему туристов и обслуживанию туристов:

- Китайское международное бюро туризма «Интурист» с головным учреждением в Пекине и с филиалами во всех провинциальных центрах, городах центрального подчинения, автономных районах и некоторых открытых городах и районах;

- Китайское бюро путешествий и Китайское бюро путешествий по обслуживанию китайских эмигрантов;

- Китайское бюро молодежного туризма для приема молодых иностранных туристов, молодых китайских эмигрантов и китайцев;

- Китайская международная компания спортивного туризма;

- Китайское общество культурного туризма;

- Неправительственная международная компания путешествий;

- Китайская международная туристическая компания «Лебедь» и др.

В последние годы в Китае на разрешенных территориях было по-

строено много новых отелей и гостиниц различных категорий. На их строительство частично был привлечен иностранный капитал. В Китае насчитывается 4800 различных туристских агентств, 3720 отелей для иностранцев.

Китай имеет огромный и растущий инвестиционный потенциал по отношению к соседним странам и региону Юго-Восточной Азии. Во многом благодаря этому отдельные страны стремятся упростить въезд для китайцев. Например, Вьетнам с 2001 г. практикует безвизовое пребывание в стране китайцев на срок до 5 дней. Помимо Вьетнама в числе наиболее посещаемых китайцами стран Сянган, Сингапур, Таиланд и Малайзия.

В регулировании национальной экономикой, и туристской сферой в том числе, Правительство Китая одним из приоритетов определяет сотрудничество с северным соседом – Россией. Объем экономических контактов и туристских потоков говорят о важности этого направления работы.

В последние годы Китай проводит энергичную политику по поддержке и стимулированию экономического роста. Составной частью этой стратегии является ускоренное развитие туризма. Благодаря древней и богатой истории, экономическим возможностям страна привлекает с каждым годом все больше и больше гостей.

Наибольшее количество туристов - 23 млн. (или почти 70% от их общего прибытия) – приезжает в Китай наземными видами транспорта. Это объясняется тем, что значительная часть приезжих – жители Сянгана и Макао – имеют родственников в Китае (особенно в провинции Гуандун). Территориальное соседство здесь с «материковой» частью страны делает возможным еженедельное посещение друзей и родственников с использованием автомобильного транспорта.

В государственном регулировании транспортное обеспечение путешествий имеет важнейшее значение. Транспортная инфраструктура в большей части страны требует модернизации. Из четырех способов передвижения по Китаю – на автобусе, поезде, самолете и туристическом судне – лишь последний можно назвать комфортабельным. Но Китай прошел долгий путь за короткое время и что совершенствование транспортной инфраструктуры является частью правительственных планов экономического развития страны.

Иностранцы, участвующие в организованных турах, редко имеют причины жаловаться на транспорт, хотя некоторые туры и визиты отменяются без уведомления и часто без объяснения причин.

С точки зрения целей приезда наиболее распространенной категорией туристов являются бизнесмены. Их доля в общем количестве въезжающих возросла с 26% в 1999 г. до 31% в 2004 г. Главными притягательными центрами бизнес-туризма являются ведущие экономические центры (Шанхай, Пекин, Гуанчжоу). В последние годы увеличилось количество объектов и проектов, расположенных во внутренних районах страны, интересующих зарубежных деловых партнеров. Увеличение объемов иностранных капиталовложений, создание в Китае все новых филиалов крупных зарубежных корпораций неизменно подпитывает поток бизнесменов в эту страну.

Инфраструктура въездного туризма Китая благоприятствует развитию туризму с целью покупок, главным образом – на вещевом рынке, где повышенным спросом пользуются дешевые аналоги товаров известных западных фирм: одежда, спортивный инвентарь, бытовая техника, аудио- и видеопродукция. Как положительную тенденцию следует рассматривать значительно увеличившийся в стране в последнее время объем услуг европейского качества. В крупных городах Китая стало легче арендовать автомобиль или пользоваться услугами такси. Все больше и больше местных ресторанов имеют как китайское, так и английское меню.

Особенности государственного управления туризмом в Китае:

- сохранение и развитие государственных туристских организаций советской системы с динамичным развитием частного сектора;
- активная инвестиционная деятельность государственных компаний с привлечением в определенные территории огромных иностранных инвестиций в сфере туризма;
- развитие международного сотрудничества с упрощением визовых формальностей;
- активная государственная политика по развитию туристской инфраструктуры и транспортной системы страны.
- целенаправленная компания по продвижению туристского продукта страны в Западной Европе, Америке, России и странах, где проживают китайцы-соотечественники.

В завершении исследования, по мнению авторов, важными выводами для России из опыта государственного регулирования туризма в Китае являются:

- Китайское бюро молодежного туризма является одним крупнейших туристских компаний страны, а в России бывшее бюро молодежного ту-

ризма «Спутник» не сохранился, а предпринимательские структуры мало интересуются социальными проектами;

- Опыт создания свободных экономических зон в Китае стал использоваться и в России через создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа и др.

В ходе исследования было выявлено, что в мировой практике сельский туризм рассматривается как дополнительная организация деятельности на селе и требует особого его регулирования. Поэтому многие страны применяют для сельского туризма отличные от традиционных видов туризма рычаги управления. Например, в некоторых странах Европы хозяев гостевых домов освобождают от подоходного налога, если в их хозяйстве имеется до 10 кроватей для гостей. Кроме того многие хозяйства получают различные субсидии, кредиты, в частности на мероприятия по благоустройству и модернизации жилья, затратам на продвижение услуг и обучению персонала и различным консультациям в сфере организации и обслуживания.

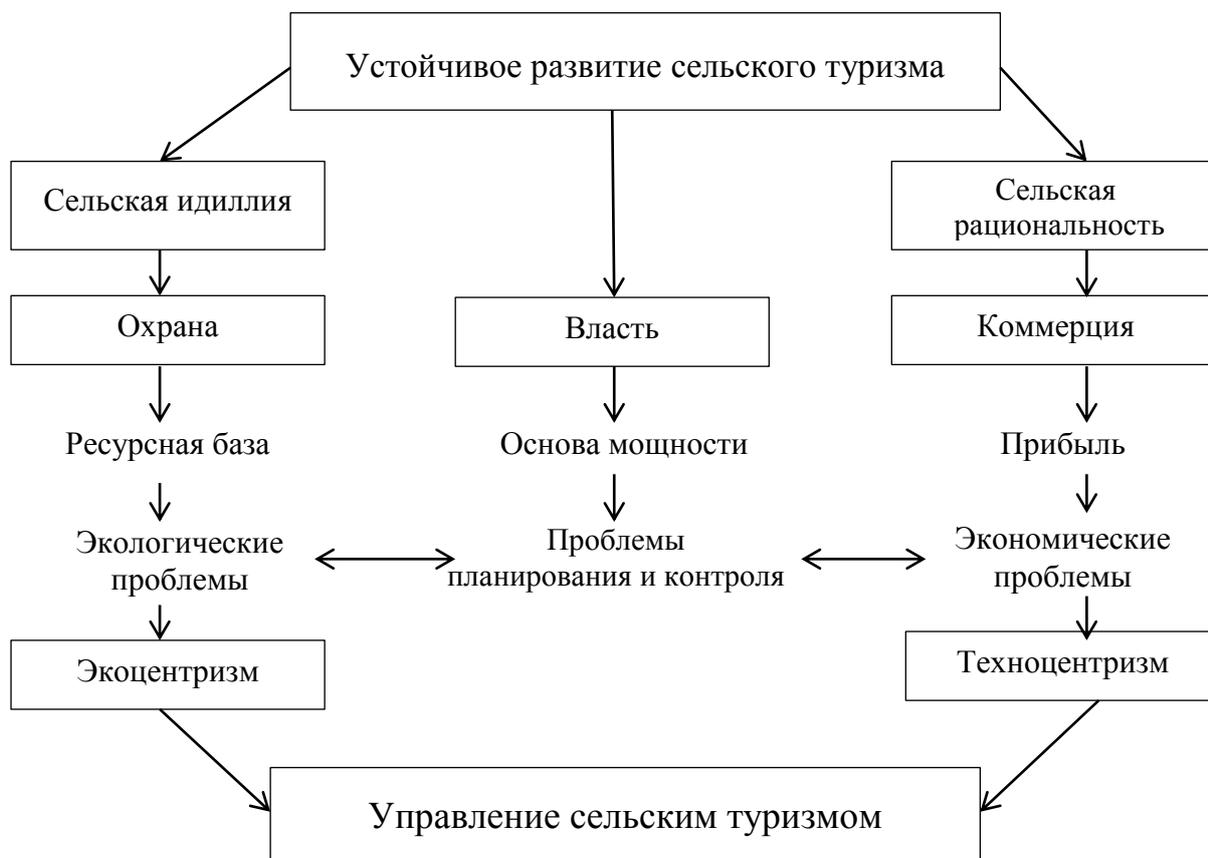


Рисунок 4 – Модель устойчивого управления сельского туризма

Модель управления сельского туризма, предложенная Лесли Пендер и Ричардом Шарпли, основана на комплексном учете интересов предпринимателей, заинтересованных в получении прибыли от туризма, и общего развития сельского поселения. Это может быть достигнуто либо путем сотрудничества заинтересованных сторон, либо через регулирование процесса развития сельского туризма местной властью (Рис. 4) [72, с. 184].

Данная модель управления предполагает, что существенный вклад в развитие сельского туризма может внести государственное частное партнерство, т.е. взаимодействие трех систем: «государство – бизнес – сельский туризм», которое в свою очередь будет выступать и как рычаг управления развитием сельского туризма. То есть когда государство создает условия для благоприятной коммерческой деятельности, бизнес помогает, поддерживает, вкладывая денежные средства в развитие туризма, а затем возвращает деньги в виде налогов.

Политика зарубежных государств по развитию сельского туризма направлена, в первую очередь, на поддержку и развитие деревень и местных общин, используя развитие сельского туризма как средства достижения этой цели. Основными компонентами данной политики являются:

- создание грамотной и благоприятной законодательной и нормативно-правовой базы, в зависимости от специфических условий каждого государства, и даже региона;
- создание правовой основы для обеспечения контроля качества услуг;
- государственное содействие в финансировании региональных программ развития туризма, уделяя особое внимание развитию сельского туризма;
- финансовая поддержка для привлечения инвестиций в развитие сельской местности;
- выделение налоговых льгот на организацию и развитие сельского туризма.
- наличие специальных программ по восстановлению и ремонту сельских домов, в том числе брошенных в результате миграции сельских жителей;
- оказание помощи и материальной поддержки для разработки рекламных материалов для организации и развития сельского туризма.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ



3.1. Основные понятия и определения сельского туризма

В результате изучения законодательной и нормативно-правовой документации было установлено, что в настоящее время в российской практике нет общепризнанного, легитимного определения термина «сельский туризм». Для его определения в секторе туристской отрасли используются определения «зеленый туризм», «деревенский туризм», «агротуризм», «экотуризм», «этнотуризм» и другие, которые связаны с аграрными, природными, социокультурными, культурно-историческими, промысловыми и другими ресурсами сельской местности в создании комплексного туристского продукта.

В настоящее время используются следующие определения и термины, обозначенные в Национальных стандартах Российской Федерации, которые в той или иной мере можно применить к сельскому туризму:

1. в ГОСТ Р 53423-2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 ноября 2009 г. № 496-ст), являющийся модифицированным по отношению к международному стандарту ИСО 18513:2003 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Терминология»:

- **размещение** – предоставление минимального набора услуг для ночлега, включая санитарно-гигиеническое оборудование;

- **гостиница, отель** – предприятие, предоставляющее услуги размещения и, в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг;

- **гостевые комнаты** – размещение в частном доме;

- **пансион** – предприятие, предоставляющее размещение с питанием;

- **сельская хижина** – размещение в семье, в доме, расположенном в сельской местности, деревне или за ее пределами, в отдельной меблированной комнате. Хозяева проживают в том же доме. Имеется кухонное оборудование.

- *молодежная гостиница; хостел* – предприятие, предоставляющее услуги размещения и питания, управление которым осуществляется некоммерческой организацией; проживание – в многоместных номерах, питание – с ограниченным выбором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи; предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы;

- *база отдыха (туристская база); центр отдыха; туристская дача (дача отдыха)* – предприятие, предлагающее размещение, а также возможности и соответствующее оборудование для занятия спортом и развлечений, рестораны и магазины;

- *сельские гостевые комнаты* – частный дом в сельской местности, предоставляющий услуги размещения;

- *ферм хауз* – проживание в средстве размещения, расположенном на территории крестьянского (фермерского) хозяйства;

- *постоялый двор* – проживание в средстве размещения, расположенном на территории крестьянского (фермерского) хозяйства, предоставляющем размещение и питание;

2. в ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 декабря 2008 г. № 518-ст):

- *средства размещения* – помещение, используемое организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения;

- *коллективные средства размещения* – помещения, имеющие не менее пяти номеров и используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения;

- *индивидуальные средства размещения* – средства размещения общей площадью спальных помещений не более 500 м², используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения;

- *гостевые комнаты* – комнаты в частных домах, в которых предоставляются услуги размещения, в большинстве случаев с завтраками.

3. ГОСТ Р 54606-2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования» (утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 декабря 2011 г. № 740-ст):

- **малое средство размещения** – помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров;

- **комната для отдыха/приема проживающих** – общая комната или помещение, оборудованное для отдыха/приема проживающих туристов;

- **меблированные комнаты** – помещения, предназначенные для проживания туристов, с ограниченным перечнем оказываемых услуг, как правило, без услуг питания и других дополнительных услуг;

- **гостевые комнаты** – комнаты, оборудованные мебелью, находящиеся, как правило, в частном жилом помещении, в которых предоставляются услуги временного проживания.

4. в ISO 18513:2003 «Туристские услуги. Гостиницы и другие виды средств размещения туристов. Терминология»:

- **сельский домик** – отдельное семейное меблированное жилье с условиями для самообслуживания, в основном расположенное за городом, в деревне или в открытом месте;

- **частный дом** – размещение в частном загородном доме;

- **фермерский дом** – размещение на действующей ферме с питанием, приготовленным в основном из фермерских продуктов;

- **размещение** – предоставление, по крайней мере, удобств для сна и гигиены;

- **условия для самообслуживания** – обеспечение устройствами и оборудованием для самостоятельного приготовления и принятия пищи;

- **комната для отдыха** – общая комната или помещение, оборудованное для отдыха проживающих.

Помимо нормативно-законодательной базы, сельский туризм имеет множество упоминаний и определений у отечественных и зарубежных авторов (Таблица 5).

Таблица 5 – Определения понятия «сельский туризм»
различных авторов и организаций

№ п/п	Автор	Содержание определения
1	2	3
1.	Бородин А.Н.	деятельность путешественников, посещающих с различными туристскими целями сельскую местность, отличительными особенностями которой являются специфический уклад жизни, низкая плотность расселения, близость к природе и т.д. [21]
2.	Кузьменко Ю.	отдых в сельской местности (в деревнях, на хуторах, в удобных крестьянских домах). Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях [39]
3.	Казьмина Е.Б.	вид деятельности, связанный с организацией целенаправленных путешествий в сельские местности, предполагающий формирование и предоставление туристам комплексного туристского продукта (проживание, питание, экскурсионное обслуживание, организация досуга), отражающего и сохраняющего природную и национальную самобытность регионов и обеспечивающего экономические выгоды для принимающих сообществ посредством создания рабочих мест и возможностей дохода для местного населения. [36]
4.	P. Nistureanu	туристская деятельность, организованная на фермах и управляемая местным населением, которая основана на тесной связи с окружающей средой: естественной и антропогенной. [71]
5.	Википедия	разновидность рекреационного туризма и активная форма отдыха в сельской местности, потенциально интересной своими туристическими достопримечательностями. Основой привлекательности сельского туризма является комплекс факторов, благоприятно воздействующих на человека: оздоровительного, эстетического, познавательного. [55]
6.	Всемирная туристская организация (ЮНВТО)	сегмент туристского рынка, отличительной чертой которого являются рекреационные виды деятельности на природе, в привлекательных сельских местностях, на охраняемых природных территориях. Этот сегмент включает в себя ряд различных видов деятельности: от научного туризма, наблюдения за дикой природой и фотографирования, до потребительской деятельности (рыбалка и охота), а также спорт и приключенческий туризм. [73]

Окончание Таблицы 5

1	2	3
7.	Европейская организация Euroter	вид туризма, поддерживающий развитие аграрных регионов, сохранение культурного наследия и экологии села, возрождение местных традиций и продуктов [69]
8.	Ассоциация содействия развитию агротуризма «АгроТуризмАссоциация»	вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков, а также возможности занятий активными видами туризма. [55]
9.	Ассоциация «India Rural Tours»	посещения сельских районов с целью участия в различных событиях или осмотра достопримечательностей, не всегда в условиях урбанизированных настроек. [79]

Исследования в области терминологии сельского туризма в зарубежных странах, показали, что, например, страны Евросоюза по-разному трактуют определение сельского туризма. Одни страны, такие как Испания, Португалия, ограничивают сельский туризм, агротуризмом, другие, например, Англия, распределяют его за пределы городского округа, а в Италии даже на горную местность.

Вместе с тем, следуя основным положениям Федерального закона Российской Федерации «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 г. № 264-ФЗ, и учитывая основные определения Федеральных законов Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.96 г. № 132-ФЗ, «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» от 11 июня 2003 года № 74-ФЗ, «О личном подсобном хозяйстве» от 7.07.2003 года № 112-ФЗ, «О сельскохозяйственной кооперации» от 8.12.1995 года № 193-ФЗ, представляется возможным предложить следующие определения:

сельский туризм — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее — лица) с постоянного места жительства в сельскую местность в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания;

концепция развития сельского туризма — система взглядов на решение проблемы, совокупность понятий и связей между ними, определяющая основные направления развития и характеристики сельского туризма. Развитие сельского туризма направлено на обеспечение альтернативной занятости сельского населения и создание условий для развития высокоэффективной, малозатратной, конкурентоспособной отрасли местной экономики, имеющей положительный экономический, социальный и культурный эффект для местных сообществ и российского общества в целом. Концепция в отличие от стратегии носит принципиальный, более общий, основополагающий характер;

сельский турист — гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в сельской местности в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях, без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания, в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки;

сельские туристские ресурсы — сельскохозяйственные, природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности сельских туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

сельский туристский продукт — комплекс услуг по удовлетворению потребностей сельского туриста, перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации сельскохозяйственного туристского продукта;

туроператорская деятельность — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее — туроператор);

турагентская деятельность — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее — турагент);

заказчик туристского продукта — турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

формирование туристского продукта — деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

продвижение туристского продукта — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

реализация туристского продукта — деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором;

гостевой дом — это малое, часто семейное, гостиничное предприятие, предоставляющее услуги кратковременного проживания, а также дополнительные услуги по организации досуга постояльцев, организации питания, экскурсионной программы и пр. Обычно эти услуги носят дополнительный характер по отношению к основной деятельности хозяев гостевого дома;

сельский гостевой дом — дом в сельской местности, на благоустроенной территории, с изолированными меблированными комнатами и оборудованием для приготовления пищи (или кухней);

гостевые комнаты — комнаты в частных домах, оборудованные мебелью, в которых предоставляются услуги временного проживания, в большинстве случаев с завтраками;

исполнитель услуг сельского гостевого дома — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги средств размещения;

потребитель услуг сельского гостевого дома (гость) — турист (физическое лицо, юридическое лицо или индивидуальный предприниматель), прибывающий в сельскую местность с целью отдыха на природе и имеющий намерение или пользующийся услугами сельского гостевого дома.

По функциональным параметрам и типу помещений гостевые дома классифицируются следующим образом (Таблица 6):

- гостевые дома с проживанием в семье;
- гостевые дома с проживанием в сельской семье;
- коммерческие гостевые дома;

- гостевые дома, предназначенные для отпуска в деревне;
- гостевые дома, предназначенные для отпуска в коттедже;
- гостевые дома с проживанием в квартире.

В отличие от так называемого «домика в деревне» городской коммерческий гостевой дом ориентирован на обслуживание транзитных туристов и бизнесменов, желающих получить обслуживание с достаточно высоким качеством за умеренную цену. Как правило, городские гостевые дома расположены вблизи транспортных узлов, железной дороги, аэровокзалов и речных портов. Это основное их преимущество в конкурентной борьбе за клиентов.

Гостевой дом на базе частного дома дешевле, чем гостиница. Это объясняется отсутствием развитой инфраструктуры, требующей значительных средств для поддержания ее в надлежащем состоянии (коммунальные, охранные системы, ремонт, кадры и др.).

Туристов, желающих общения в кругу семьи, привлекает возможность проживания совместно с семьей владельца гостевого дома. Дополнительным фактором, привлекающим туристов совместного проживания с семьей владельца гостевого дома является и то, что расписание завтрака не фиксировано, как в обычных гостиницах и может быть перенесено даже на обеденное время, за дополнительную плату можно договориться с хозяином об обеде и ужине, а также получить некоторые другие услуги (например, угощение свежими ягодами, фруктами и овощами прямо с грядки, приобретение изделий местных народных промыслов и т.д.). Часто туристы покупают продукты подсобного хозяйства, что расширяет спектр услуг гостевого дома. Ассортимент дополнительных платных услуг зависит от текущего спроса со стороны клиентов и от конкуренции в этом сегменте туристско-гостиничного рынка. Например, если один из членов семьи владеет иностранным языком, то за умеренную плату он может стать переводчиком или гидом для иностранных туристов. Также старшие в семье могут предложить услуги няни для несовершеннолетних детей гостей.

Таблица 6 – Классификация гостевых домов по функциональным параметрам и типу помещений

Тип гостевого дома	Тип помещений, отводимых под гостевой дом	Владение и управление	Совместное проживание семьи и гостей	Услуги, ожидаемые клиентами	Основные клиенты, средние сроки проживания
Коммерческий гостевой дом	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сельской местности	Необязательно семейное, возможно через наемных работников	Необязательно	Стандартные	Туристы, бизнесмены, командированные лица, не более 1-5 дней
Проживание в семье	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сельской местности	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
Проживание в сельской семье	Частный жилой дом	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
Отпуск в деревне	Частное подворье, ферма, летник с фермерским или подсобным хозяйством	Фермерское, крестьянское хозяйство, община, несколько семей	Необязательно	Стандартные, развлекательные и досуговые мероприятия, рыболовство, сбор дикоросов	Туристы, семья, 5-7 и более дней
Отпуск в коттедже	Частный жилой дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартный, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечущиеся в санаториях, не менее 5-7 дней
Проживание в квартире	Многокомнатная квартира, частный дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте)	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартный, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечущиеся в санаториях, не менее 5-7 дней

3.2. Оценка состояния развития сельского туризма в России

Туризм в России в настоящее время является важной отраслью, который вносит значительный вклад в экономику страны. Вклад туризма в ВВП Российской Федерации с каждым годом увеличивается, так доля туризма в ВВП страны в среднем составляет 3-3,5%, а с учетом мультипликативного эффекта – 6,5-6,7%. При эффективном государственном регулировании развития и продвижения туризма, его доля в ВВП России может существенно вырасти до уровня европейских стран, в которых он достигает уровня 20% и выше.

За предшествующие десять лет (2003-2012 гг.) объем туристских услуг, оказанных населению, вырос более чем в 6,5 раз. В 2012 г. объем туристских услуг был равен 112,82 млрд. руб. или 2,01% от общего объема платных услуг, оказанных населению страны, по сравнению с 2011 г. данный показатель увеличился на 107,73% (Рис. 5).⁴ [3]



Рисунок 5 – Объем платных услуг, оказанных населению в Российской Федерации, за 2003-2012 гг., млрд. рублей

По итогам 2012 года туристскими фирмами Российской Федерации было обслужено 9179 тыс. туристов, что составляет 4762,8 тыс. туристских пакетов на общую сумму 208117,9 млн. рублей, в том числе туров по России реализовано 1025,2 тыс. единиц, из них наибольшим спросом пользовались туры по Краснодарскому краю, Санкт-Петербургу, Новгородской области, Алтайскому краю, Забайкалью, Калининградской области и др.

⁴ Здесь и далее [46]

В 2012 году внутренний турпоток составил около 35 млн. человек, что на 5% больше, чем 2011 году. Число выехавших российских граждан за рубеж и въехавших иностранных граждан на территорию Российской Федерации представлены в соответствии с рисунками 6,7.

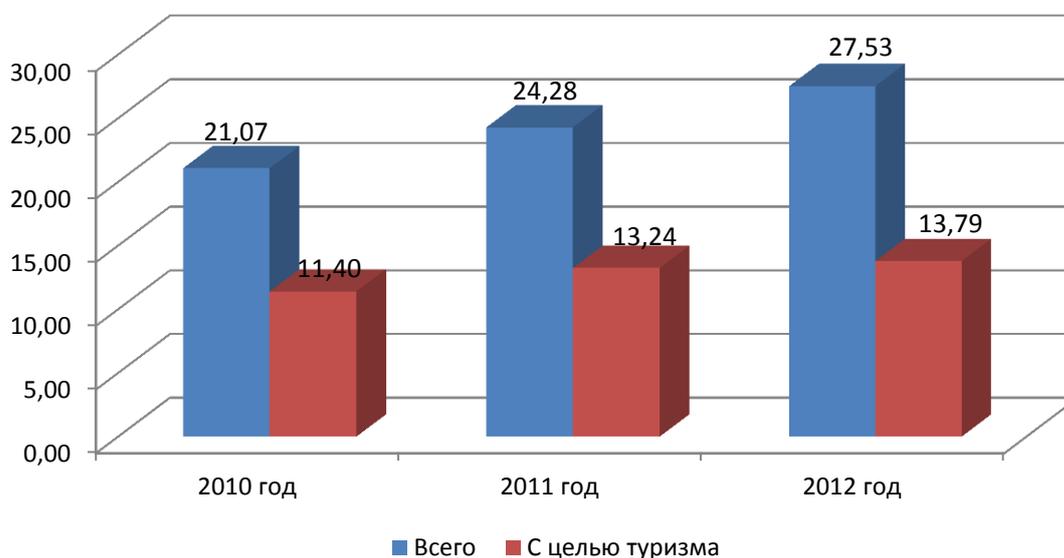


Рисунок 6 – Число выехавших российских граждан за рубеж за 2010-2012 гг., млн. человек

По итогам 2012 г., среди зарубежных стран, посетившими российскими гражданами, лидируют Украина (9,46 млн. человек), Финляндия (5,12 млн. человек), Казахстан (3,44 млн. человек), Турция (3,33 млн. человек), в том числе с целью туризма: Турция (2,5 млн. человек), Египет (1,91 млн. человек), Китай (1,33 млн. человек), Таиланд (885,1, тыс. человек), Испания (792,1 тыс. человек).

В общей картине, в 2012 г. наблюдаются существенная нестабильность показателей числа выезжающих российских граждан за рубеж, в том числе и с целью туризма. Некоторые снижения цифр выездного туризма по отдельным странам объясняются, как правило, критической политической обстановкой либо природными стихийными бедствиями. Например, последние политические волнения в Турции и Италии сократили поток российских туристов на 6,17% и 0,15%, соответственно. Неблагоприятная экологическая обстановка, включая крайнюю степень загрязненности воздуха и вспышку птичьего гриппа H7N9, сократили поток туристов в Китай из России (и не только – сокращение отмечено для туристов из всех регионов – Азии, Австралии, Европы, Северной и Южной Америки) на 11, 55%.

Также произошло снижение числа российских туристов, выехавших в 2012 г. в Литву, Польшу, Финляндию.

Следует также отметить, что произошедшее в 2010-2011 гг. снижение цен на авиаперевозки сделали более популярными для жителей западной части России поездки в страны Юго-Восточной Азии. Прежде всего это касается Таиланда и Кореи, рост въездного потока российских туристов в которых составил 13,4% и 23,3%, соответственно. По другим странам также наблюдается увеличение показателей, наибольший прирост туристского потока среди россиян наблюдается в Японии (89,2%), Словакии (70%), Румыния (60%), ОАЭ (39,23%), Канаде (35,6%), Кипр (25,06%), США (20%).

В целом, выездной туризм увеличился 4,12%, что составило 545,7 тыс. человек. Всего в 2012 г. за рубеж выехало 13,8 млн. российских туристов.

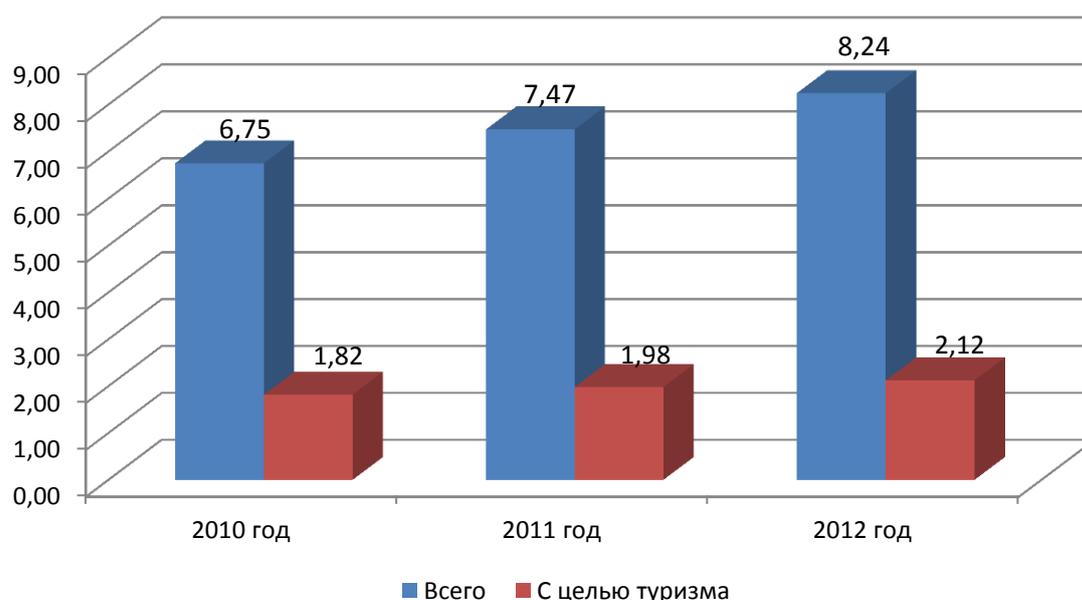


Рисунок 7 – Число въехавших иностранных граждан в Российскую Федерацию за 2010-2012 гг., млн. человек

В 2012 г. въездной туризм увеличился на 7,24%, что составило 143,3 тыс. человек. Всего в Российскую Федерацию въехало 2,12 млн. туристов.

Более, чем на 20% увеличился поток туристов из Туниса (66,14%), Кубы (62,09%), Китая (46,65%), Египта (44,07%), Австралии (33,28%), Турции (24,97%), Малайзии (20,59%), Иордании (20,58%).

По количеству прибывших туристов лидирует Германия (375,3 тыс. человек), за ней следуют Китай (343,4 тыс. человек), США (179,8 тыс. человек), Великобритания (135,9 тыс. человек), Финляндия (120,3 тыс. человек).

Тем самым, можно с уверенностью сказать, что развитие туризма в России в 2012 г. получило свою стабильность, тем самым произошло увеличение темпов роста выездного и въездного туризма в целом.

Более того, Россия, обладая уникальными природно-климатическими и культурно-историческими особенностями, позволяет развивать практически все популярные виды туризма, одним из которых является сельский туризм, доля которого в России пока незначительна и на сегодняшний день составляет всего 1,5-2%. Однако, в России есть все предпосылки для развития этого вида туризма.

С точки зрения предложения сельского гостевого туризма можно выделить модели ведения бизнеса в сельском туризме. Но так как в мировой практике имеется большой опыт реализации нескольких моделей, относящихся к сельскому туризму, то применительно к условиям российского опыта их можно разбить на четыре группы. Данные модели наиболее точно были изложены, на наш взгляд, в «Практическом пособии для владельцев гостевых домов в Тамбовской области» [50, с. 7-8]:

1. Развитие агротуристского бизнеса на базе малого семейного гостиничного хозяйства и существующих туристских ресурсов сельской местности без существенного изменения социокультурной среды территории.

При реализации данной модели предполагается государственная поддержка развития сети средств размещения на базе существующего в сельской местности жилого фонда, сельскохозяйственных объектов и инфраструктуры сельского туризма.

2. Воссоздание социокультурной среды исторического поселения – «исторической деревни», «национальной деревни», или другого типа поселения или воссоздание социокультурной среды различных исторических объектов (дворянские и купеческие усадьбы, монастыри и т.д.).

Эта модель требует значительных инвестиций, разработки специальных комплексных проектов, большой научно-исследовательской работы, современного менеджмента, а в условиях России – прежде всего, создания соответствующей нормативно-правовой базы. В настоящее время примеры данной модели существуют только на базе государственных музейных

комплексов (Ясная Поляна в Тульской области, Хмелита в Смоленской и некоторые др.).

3. Строительство в сельской местности крупных и средних специализированных частных агротуристских объектов, функционирующих в рамках туристической индустрии.

Для успешной реализации модель требует крупных инвестиционных ресурсов – как местных, так и внешних, разработки соответствующих комплексных проектов и обеспечения их поддержки со стороны власти на уровне региона и на местах.

4. Создание государственных или (реже) частных сельскохозяйственных парков (агронарков) как крупных многофункциональных туристских, выставочных, рекламно-экспозиционных, культурно-пропагандистских, научно-исследовательских и инновационных производственных и т.д. комплексов.

В регионах России наиболее широкое распространение получили следующие виды организации сельского туризма:

- сдача в наем небольших домиков или комнат в сельской местности, приспособленных для проживания туристов;
- организация проживания в сельском доме в семье;
- организация комбинированных туров спортивно-экологического и познавательного типа с включением в программу 3-5-дневного отдыха в гостевом доме;
- организация рыбалки, охоты с проживанием в сельской местности.

Услуги гостевых домов в Российской Федерации могут предоставлять совершеннолетние граждане, имеющие в своем владении жилые площади, пригодные для кратковременного размещения и питания гостей. Целесообразно осуществлять этот вид деятельности по совместительству с основной работой из-за возможного сезонного спроса на услуги размещения. Участие граждан в системе услуг гостевых домов приносит дополнительный доход. Такая деятельность особенно эффективна для граждан, имеющих дачные участки, когда они полностью могут предоставить свою жилую площадь для гостей, сами проживая при этом на даче.

Предоставление свободных жилых помещений гостям практически не препятствует основному роду деятельности хозяев, так как для клиента важно лишь получить комнату и завтрак. Эти услуги могут обеспечить в течение дня члены семьи, имеющие свободное время, либо утром или вечером члены семьи, работающие вне дома. Если владелец гостевого дома

планирует отлучаться из дома, гостю следует предоставить дополнительные ключи.

Если излишки жилой площади – единственный источник дохода, необходимо уделять значительное внимание профессиональному продвижению своих услуг на туристский рынок, заниматься целенаправленным поиском клиентов. В любом случае необходима регистрация этого вида деятельности в налоговой инспекции по месту нахождения жилого помещения, предназначенного под гостевой дом.

Существует несколько способов официального осуществления данного вида деятельности:

Во-первых, когда владелец гостевого дома, готовый оказывать услуги по размещению туристов, работает как физическое лицо. В этом случае он нигде не регистрирует род своей деятельности, но ежегодно подает декларацию о доходах в налоговую инспекцию, где указывает сумму, полученную в результате использования собственного имущества, оказывая услуги по краткосрочному проживанию.

Во-вторых, владелец гостевого дома работает как индивидуальный предприниматель без образования юридического лица (ПБОЮЛ). Зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель без образования юридического лица может кто-то из совершеннолетних членов семьи, желательно один из совладельцев жилья. Он будет юридически отвечать перед налоговой инспекцией за финансовые результаты своей деятельности и регулярно предоставлять отчетность по доходам и уплате налогов, а также нести ответственность за санитарные и противопожарные условия проживания и питания гостей.

В-третьих, для занятия предпринимательской деятельностью по гостевым домам возможно создание общества с ограниченной ответственностью, акционерного общества и т.п., но это более трудоемкий процесс, так как для этого необходимо иметь обособленный баланс, расчетный счет, главного бухгалтера, кассира. И это зачастую может стать неэффективным из-за малых объемов дохода, сезонности прибытия клиентов, необходимости вести налоговую отчетность.

К тому же, следует отметить, что туризм давно стал необходимой и важной частью жизни многих людей, которым необходим отдых или смена обстановки, а для этого человек ощущает потребность отправиться в путешествие. Его желание разнообразить свое существование приводит к решению провести свободное время вне дома, рассчитывая с переменной

мест снять нервное напряжение и усталость, порождаемые работой. Поэтому от сельского туризма ожидают спокойствия и размеренности сельской жизни, чистого воздуха, тишины и натуральных продуктов, комфортных условий проживания, домашней атмосферы, приемлемых цен, ощущения близости с природой, получения новых впечатлений, возможности развлечения для детей и проведения досуга для взрослых.

Исходя из целей отдыха в сельском гостевом доме представляется возможным выделить три основные группы потенциальных потребителей:

1. Жители крупных мегаполисов с целью рекреации и восстановления. Представителей промышленных центров России, уставших от городской суеты, неблагоприятной экологической обстановки и повседневных забот, привлекает отдых на свежем воздухе, употребление здоровых и дешевых деревенских продуктов, приобщение к культуре местного населения, возможность участия в ведении натурального хозяйства и использования его плодов.

Горожане зачастую стали забывать, как печь хлеб, готовить еду из натуральных продуктов в домашних условиях. Между тем, в сельском гостевом доме всё это можно не только наблюдать, но и самим участвовать во всех процессах: испечь хлеб в русской печи, подоить корову или накормить животных на домашнем подворье. Натуральная еда, традиции, крестьянский образ жизни для отдыхающих значат всё больше и больше, и туристы отдают предпочтение заграничным курортам отдыху на селе, в истинном деревенском доме, с обычными сельчанами...

2. Иностранцы граждане, которые имеют интерес к национальным традициям, местному быту и культуре, экотуризму, рыбалке и охоте. У западных туристов пользуется спросом такой вид услуг. И почти спартанский образ жизни (проживание в домах с удобствами на улице и без электричества) даже больше привлекает их, что позволяет в полной мере почувствовать все особенности деревенского образа жизни, это и посещение русской бани, питье парного молока, спать на сеновале, в стогу, рыбачить на речке до утра, возможность участия в охоте, встречать рассветы в полях, общаться и т.п., обрядах и национальных праздниках, проживание в экологически чистом районе – все это вызывает интерес у иностранных туристов.

3. Представители землячеств (ностальгический туризм). Население, в свое время, уехавшее в другие регионы России или за рубеж, имеет желание вернуться на свою историческую родину с целью туризма.

Следует отметить, что чувашаи занимают 5 место в Российской Федерации по численности населения. Чувашские диаспоры находятся в Республике Татарстан (более 134 тыс. чел.), Республике Башкортостан (более 118 тыс. чел.), Самарской области (118 тыс. чел.), Ульяновской области (более 116 тыс. чел.). От 10 до 30 тыс. чуваш проживают в г. Москва, Красноярском крае, Кемеровской, Оренбургской, Тюменской, Челябинской, Иркутской, Пермской, Волгоградской областях, в Казахстане, Узбекистане, Украине.

Всех перечисленных потребителей сельского туризма можно разделить на следующие целевые группы:

Первая целевая группа – семьи с детьми.

Вторая целевая группа – пожилые люди.

Третья целевая группа – пожилые люди с внуками.

Четвертая целевая группа – компании молодых людей.

Пятая целевая группа – люди, увлекающиеся спортом, активным отдыхом (рыбалка, охота).

Данные целевые группы объединяются из схожих основных признаков, запросов, пожеланий и ожиданий от сельского туризма. У одного сельского гостевого дома может быть несколько целевых групп, но чем их больше, тем сложнее будет складываться работа с ними, т.к. основой эффективной деятельности сельского гостевого дома является очень хорошее знание своих клиентов как целевой группы и предоставление им качественного обслуживания. Для этого необходимо постараться понять, чего ожидает клиент от отдыха в гостевом доме, каковы для него традиционные каналы получения информации о возможностях для отдыха, какую цену он готов заплатить и т.д. Не нужно стараться продавать услуги всем, это может стать слишком накладно и отвлечет внимание хозяина от потребностей реальной целевой группы. Желательно создать лояльную постоянную клиентуру, для этого размещать рекламу именно в тех источниках, которые наиболее предпочтительны выбранной целевой аудиторией. После чего постоянно интересоваться у клиентов, где они получили информацию, что позволит определить наилучшие каналы для рекламы.

А пока в России число объектов сельского туризма насчитывает порядка 1500 единиц. Сельский туризм в России хоть и развивается, но его нельзя назвать стабильным. Основными факторами, сдерживающими развитие сельского туризма в России, являются:

- Несовершенство федерального и региональных законодательств,

регулирующих сельский туризм (отсутствие: четко сформулированной государственной политики, нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность в области сельского туризма; общепринятой национальной концепции по развитию сельского туризма; стандартов и нормативов, применимых в сфере сельского туризма);

- Несостоятельность инфраструктуры (неудовлетворительное состояние дорог, в особенности в сельской местности, а местами ее полное отсутствие; проблемы с газификацией и водоснабжением);

- Отсутствие квалифицированных кадров (отсутствие знаний и опыта работы в области обслуживания зарубежных и отечественных туристов; незнание и неумение рационально использовать собственные рекреационные ресурсы).

Но, не смотря на эти факторы, в развитии сельского туризма имеется множество положительных элементов:

- увеличение финансовых поступлений на селе, в том числе и иностранной валюты;

- увеличение инвестирования в инфраструктуру, сервис на селе, а также в охрану окружающей среды;

- развитие экологической привлекательности сельской местности и производства экологически чистых продуктов питания;

- развитие современной социально-бытовой инфраструктуры на селе;

- создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы на селе;

- рост доходов и улучшение благосостояния сельского населения;

- развитие малого предпринимательства на селе;

- возрождение и развитие национальных ремесел, фольклора, традиций и обрядов;

- повышение интеллектуального уровня сельского населения в связи с проведением обучающих курсов по обслуживанию туристов, в том числе иностранных;

Поэтому формирование государственной политики развития сельского туризма в России должно быть направлено на создание современного, высокоэффективного, конкурентоспособного туристического сектора на основе комплексного и устойчивого использования всех социальных, экономических, природных и культурно-исторических ресурсов сельской местности.

3.3. Опыт управления и регулирования сельского туризма в Российской практике

Туристическая деятельность в Российской Федерации регулируется Федеральным законом «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ, который определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации [14].

Одним из требований предмета законодательного регулирования является предопределенность явлений, процессов и отношений Конституцией РФ как Основным законом государства, обладающим высшей юридической силой. Хотя в тексте Конституции Российской Федерации не содержится слова «туризм», нельзя сказать, что Конституция не касается вопросов регулирования сферы туризма.

Конституция РФ формирует и закрепляет отправные принципы правового регулирования, является базой всего законодательства в области туризма. Его развитие было бы невозможно без создания для граждан определенных социальных гарантий: сокращения рабочего времени и установления в законодательстве ежегодных оплачиваемых отпусков (ст. 37). В то же время право на отдых посредством занятия туризмом не может быть реализовано без конституционных положений о свободе передвижения (ст. 27): каждый имеет право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства, а также свободно выезжать за пределы Российской Федерации, в том числе беспрепятственно возвращаться в Российскую Федерацию. [2]

Вместе с тем право на туризм вытекает также из иных конституционных норм. При совершении туристской поездки граждане могут реализовывать свое право на охрану здоровья (ст. 41), на участие в культурной жизни, пользование учреждениями культуры, а также на доступ к культурным ценностям (ст. 44). Неотъемлемым условием туризма являются качество окружающей среды, а также достоверная информация о ее состоянии (ст. 42). Право на туризм не может быть обеспечено без гарантий. Российская Федерация гарантирует своим гражданам защиту и покровительство

за ее пределами (ст. 61).

Туризм характеризуется значительным количеством субъектов, осуществляющих туристскую деятельность, тем самым удовлетворяющих разнообразные и все возрастающие потребности туристов в путешествиях и отдыхе. Без таких организаций и предпринимателей невозможно представить современный туристский рынок. Свободная экономическая деятельность данных субъектов обеспечивается ст. 8 и 34 Конституции РФ о праве на предпринимательскую и иную экономическую деятельность.

Таким образом, феномен туризма в правовой сфере состоит в том, что он регулируется практически всеми основными отраслями законодательства. Специфика правового регулирования отношений в сфере туризма заключается в том, что норма права, регулирующая эти отношения, действует не непосредственно, а через нормы иных отраслей права (например: конституционного, административного, финансового, гражданского, земельного и т.д.).

В полной мере на туристическую деятельность оказывают регулирующее воздействие нормы и других отраслей права: таможенного, страхового, административного, экологического, о защите прав потребителей и др., но особое место отводится гражданскому праву.

Именно поэтому следующим нормативно-правовым актом, составляющим законодательную основу туризма, стал Гражданский кодекс РФ, часть первая которого введена в действие с 1 января 1995 г., а часть вторая - с 1 марта 1996 г. Данный Кодекс определяет основные права и обязанности предпринимателей, обеспечивает и защищает экономические и личные права граждан, устанавливает правила об имущественном и рыночном обороте, регламентирует систему туристского предпринимательства, правоприменительных и договорных отношений в сфере туризма.

Спецификой сферы туристского бизнеса является то, что форма собственности на туристическом рынке представлена во всем многообразии, как частными предпринимателями, так и юридическими лицами, в том числе некоммерческими организациями.

В статье 128 Гражданского Кодекса РФ к объектам гражданских прав отнесены в том числе работы и услуги, следовательно, туристический бизнес как деятельность по оказанию услуг подпадает под действие этой статьи. [1]

Туристическая деятельность относится к услугам, предусматривающим заключение договора возмездного оказания услуг, с одной стороны, и

непосредственно связана с договором комиссии – с другой как отрасль, основанная на перепродаже услуг сторонних организаций. Договор возмездного оказания услуг – это совершение действий по заданию заказчика. В нем отсутствует материальный результат действия, а значит, оплачивается услуга как таковая, соответственно стадии сдачи и приемки, как правило, не выделяются. В этой связи в обязанности исполнителя входит совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности, а в обязанности заказчика – их оплата.

Применительно к договору услуг законодатель проявляет большую заботу об интересах заказчика. В частности, п. 1 статьи 782 Гражданского Кодекса РФ предоставляет заказчику право отказаться от договора. По договору возмездного оказания услуг заказчику в указанном случае достаточно будет оплатить исполнителю фактически понесенные им расходы. Другая особенность этого договора состоит в предоставлении не только заказчику, но и исполнителю права на отказ от договора. Но тогда речь идет о полном возмещении убытков (п. 2 ст. 782 ГК РФ). При этом следует обратить внимание на характер этих убытков: в отличие от компенсационных убытков, призванных возместить причиненный нарушением договора ущерб, при данных обстоятельствах подразумеваются убытки, аналогичные тем, которые возникли в связи с не заключением договора.

Примерный перечень соответствующих услуг приведен в п. 2 ст. 779 ГК РФ: услуги связи, медицинские, ветеринарные, аудиторские, консультационные, информационные услуги, услуги по обучению, туристическому обслуживанию и др. В ряде случаев отдельные виды договоров на возмездное оказание регулируются нормативными правовыми актами, как правило, на уровне Правительства РФ, например Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. В правилах, регламентирующих предоставление отдельных видов услуг, обычно указываются порядок заключения соответствующих договоров, права потребителя услуг (заказчика) и исполнителя, обязанности сторон, а также их ответственность за нарушение договора. В Правилах, в том числе и указанных выше, в качестве потребителей называются либо граждане, либо граждане и юридические лица, либо только юридические лица.

Правовое регулирование договоров с участием потребителей-граждан имеет некоторые особенности. Прежде всего отметим, что такие договоры относятся к категории публичных, следовательно, на них рас-

пространяется режим, установленный статьей 426 «Публичный договор» ГК РФ.

Вместе с тем следует иметь в виду, что ко всем видам услуг бытового характера, а туристическая деятельность в силу специфики своего товарного продукта относится именно к таковым, применяется Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. № 2300-1. Данный Закон не различает режимы выполнения работ и оказания услуг. Соответственно в каждой из его норм, относящихся к работам, в скобках указаны услуги. Вместе с тем на основании и в развитие Закона о защите прав потребителей изданы специальные «Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации» (утверждены постановлением Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1025), которые призваны регулировать исключительно отношения между предпринимателями – с одной стороны, и потребителями-гражданами – с другой стороны, по выполнению работ и оказанию услуг.

Правила детализируют порядок приема и оформления заказов на услуги (работы), оказания услуг (выполнения работ), порядок и форму оплаты оказанных услуг (выполненных работ). В частности, заслуживают внимания положения, относящиеся к обязательному объему информации, предоставляемой предпринимателем, выдаче документов, которые служат формой договора (квитанция, талон, кассовый чек и т.п.), набору обязательных условий договора, ответственности потребителя за переданный им материал, исчислению срока и последствиям его нарушения, правам потребителя при обнаружении недостатков.

В целом в российских нормативных документах, посвященных туризму и средствам размещения, услуги гостевых домов не рассматриваются. Правда, в новой Системе классификации гостиниц и других средств размещения регулируется порядок классификации гостиниц и других средств размещения (процедуру, включающую проведение оценки соответствия гостиниц и других средств размещения требованиям, установленным в Системе, и аттестацию их на соответствующую категорию). Классификация гостиницы и другого средства размещения осуществляется на добровольной основе.

Важным механизмом управления сельского туризма является установление конструктивного диалога и партнерства между органами власти и бизнесом. Это необходимо, в первую очередь, по условиям потребности перестройки сельской экономики.

Основная задача стратегического управления сельского туризма сводится к определению приоритетности целей и их разделения во времени, то есть определение долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных целей.

Эффективность системы государственного регулирования туризма в регионе, по мнению Громова В.В., зависит от применения системного и межведомственного подходов к формулированию комплексной проблемы развития туризма в системе территориального стратегического планирования республики и решения ее с помощью программно-целевых методов. Он предлагает в практику государственного регулирования развития туризма, помимо чисто административных, рассматривать и программно-целевые методы управления и представляет основные направления управленческого воздействия на туристский рынок (рис. 8) [29, с. 138].



Рисунок 8 – Основные направления государственного регулирования туризма

С его позицией сложно не согласиться, т.к. решение вопроса о необходимой мере участия государства в регулировании развития сельского туризма в регионе должно опираться на простое суждение: государству следует делать то, чего не может делать туристский рынок. Следовательно, государство должно сосредоточивать свои усилия там, где туристский рынок обнаруживает свои «проблемы» [67].

Все проблемы развития туристского, в частности сельского туризма, сводятся к тому, что у государства не хватает средств на его финансирование.

Более того, во многих субъектах Российской Федерации при значительном туристском потенциале практически отсутствует государственная поддержка развития туризма. Конкурентоспособность организаций регионов в сфере туризма напрямую зависит от государственного подхода к этому вопросу, а взятый Российский курс на вступление во Всемирную Торговую организацию является еще одной причиной для изменения отношения к туризму в этих регионах. Требуется осмысление новых форм и принципов взаимодействия, как между органами исполнительной власти различных уровней, так и с организациями, осуществляющими деятельность в сфере туризма.

Вместе с тем сложились противоречия между мощным и зачастую неэффективно используемым ресурсным потенциалом регионов для развития туризма и низкой степенью удовлетворенности потребностей туристов. Туризм еще не стал в полной мере фактором устойчивого экономического роста регионов. Малоизученными остаются вопросы формирования организационно-экономического механизма, который обеспечивал бы эффективное использование ресурсов региона для развития туризма. Имеет важное практическое значение отражение данного механизма в программах, планах, нормативно-правовых актах, которые создают условия для устойчивого развития туризма в регионе.

Российский опыт показывает, что регулированием туризма занимается Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), это подведомственный Министерству спорта, туризма и молодежной политики РФ федеральный орган исполнительной власти, который осуществляет функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом, а также правоприменительные функции в сфере туризма. Также в регулировании туристского бизнеса большое значение имеют Министерство финансов и Центральный банк Российской Федерации, которые определяют порядок финансирования и кредитования туристской деятельности, издают нормативные документы по этим вопросам. Настоящая система организации управления туристским комплексом в России отражает процесс перехода от сверхцентрализованной административной системы, базировавшейся на доминировании государственных форм собственности, к хозяйственному механизму, сочетающему различные формы собственности.

Основной проблемой государства на сегодняшний день является создание российского современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса, который будет удовлетворять российских и зарубежных потребителей в разнообразных туристских услугах. Также требуется выработка стратегии туристской деятельности, определение направлений развития и организации индустрии туризма (в том числе финансирование перспективных туристских программ), проведение соответствующей экономической политики, заключение договорных отношений с зарубежными странами для создания лучших условий экономических отношений с ними.

Государственное регулирование должно учитывать наличие региональной специфики развития туризма, уровень социально-экономического развития, культурно-исторического наследия, национального состава населения, экологическую и политическую обстановку и другое. Эта необходимость объясняется существующими межрегиональными различиями видов и потенциала природных туристских ресурсов, обусловленных масштабами территории страны, а также множеством других факторов, определяющих характер развития туризма в регионах.

В связи с этим, по нашему мнению, для устойчивого развития туризма региона необходимо усилить сферу управления туризмом не только на федеральном, но и на региональном и муниципальном уровнях, но это возможно осуществить только с помощью эффективно действующего механизма взаимодействия всех уровней органов власти. Так как государственное регулирование туризма во всех уровнях власти осуществляется при прямом и косвенном воздействиях на туристскую деятельность, то с учетом российской специфики структура инструментов регулирования регионального туризма автором представлена в виде трех составляющих, применяемых федеральными, региональными и муниципальными властями (рис. 9).

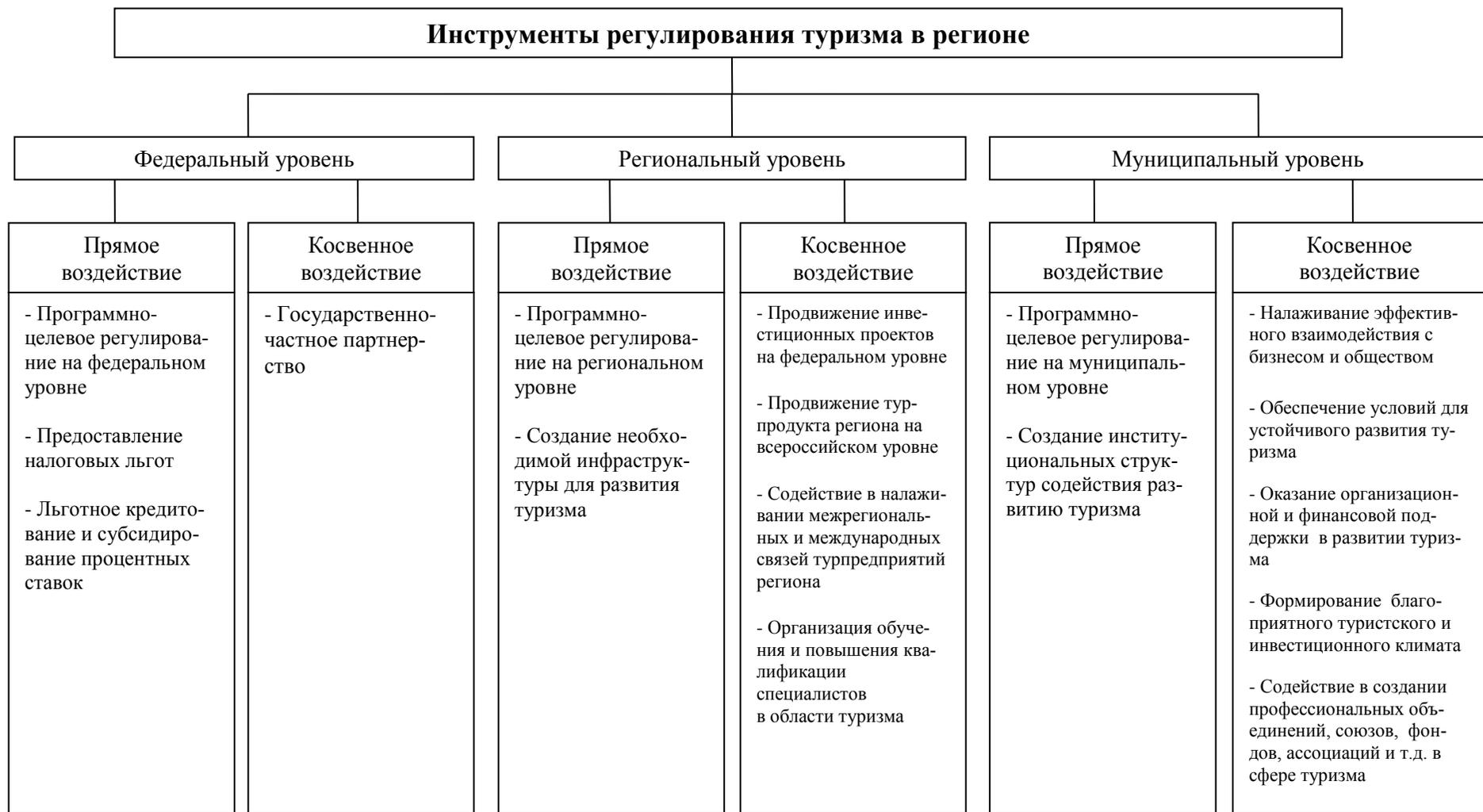


Рисунок 9 – Инструменты регулирования туризма в регионе

К функциям федеральных органов управления сводятся регулирование развития туризма субъектов Российской Федерации, путем определения важнейших стратегических направлений формирования конкурентоспособного турпродукта, разработки и финансирования национальных программ развития туризма.

Субъекты Российской Федерации имеют возможность самостоятельно определять направления развития туризма, разрабатывать муниципальные, республиканские целевые программы с учетом развития туризма этих направлений, а также вносить свои проекты на рассмотрение и включение в федеральные программы развития туризма.

В соответствии с этим, можно констатировать, что реализация имеющегося в стране, или в отдельном ее регионе, туристского потенциала в большей части зависит от характера, направленности и интенсивности усилий государственных органов по созданию необходимых условий развития туризма. В связи с этим, разработка и реализация выверенной государственной политики регулирования и поддержки развития туризма является необходимым условием ее поступательного развития.

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

.....

4.1. Оценка развития сельского туризма в Чувашской Республике

Чувашская Республика, обладая богатым туристско-рекреационным потенциалом и вызывая неподдельный интерес у российских и иностранных туристов, в настоящее время не может претендовать на особое место на всероссийском и, более того, на международном туристском рынке. Но следует отметить, что в Республике находится множество объектов туристского показа. Уникальная природа, археологические памятники, архитектура, церкви и соборы, музеи и другие объекты привлекают туристов практически со всего мира. В настоящий момент на государственном учете находится 54 памятника, в том числе 9 ансамблей (состоят из 45 памятников истории и культуры федерального значения) в таких городах и районах Республики, как гг. Чебоксары и Алатырь, в Батыревском, Козловском, Порецком, Цивильском и Ядринском районах. Также на учете во всех городах и районах Республики имеются памятники истории и культурного наследия республиканского значения.

Природа удачно сочетает в себе лесные, овражные и озерные ландшафты. В Республике действует ряд заповедников, национальных и природных парков, заказников.

В качестве основных групп туристско-рекреационных ресурсов региона рассматриваются следующие: экономические, культурно-исторические, природные, финансовые, трудовые, социальные и производственные ресурсы. Создание условий для вовлечения каждой из вышеперечисленных групп и конкретных видов ресурсов в хозяйственную деятельность переводит их в разряд факторов производства, участвующих в создании стоимости.

Приоритетность использования конкретных видов туристских ресурсов обусловлена определенным набором факторов, способствующих развитию того или иного вида туризма. Для отражения комплекса этих факторов можно воспользоваться данными, используемые в Республике Карелия

[60, с. 43], и применив их для Чувашской Республики, отобразив в таблице 7.

Таблица 7 – Комплекс факторов туристской привлекательности Чувашской Республики

Группы факторов туристкой привлекательности	Факторы туристской привлекательности
1	2
Природно-рекреационные	<ul style="list-style-type: none"> - благоприятная экологическая обстановка; - наличие интересных природных объектов и памятников; - пейзажные и видеоэкологические характеристики (живописный ландшафт, чистый воздух, незагрязненная вода в водоемах, обилие лесонасаждений); - наличие бальнеологических курортов и санаториев; - естественное состояние природных ландшафтов; - особенности геологического и геоморфологического строения территории; - наличие редких видов флоры и фауны; - наличие возможностей для охоты и рыбалки; - особенности гидрологического режима на территории; - наличие особо охраняемых природных территорий; - наличие редких биоценозов и экосистем.
Культурно-исторические	<ul style="list-style-type: none"> - наличие памятников истории и культуры; - наличие архитектурных и археологических памятников; - наличие мест известных исторических событий; - проведение известных культурных мероприятий; - проведение музыкальных и фольклорных фестивалей; - организация и проведение ярмарок и выставок; - функционирование музеев, музейных комплексов; - наличие и сохранение традиционных народных промыслов и традиционных чувашских населенных пунктов; - наличие фольклорных памятников и проведение традиционных и религиозных праздников; - наличие объектов религиозного и культового паломничества; - проведение религиозно-культурных мероприятий.
Организационно-экономические и производственные	<ul style="list-style-type: none"> - государственный протекционизм развития туризма; - формирование современной туристской инфраструктуры; - наличие достаточного количества и ассортимента туров; - наличие организационных возможностей для развития различных видов туризма в республике; - заинтересованность хозяйствующих субъектов в развитии туризма; - наличие организационно-экономических возможностей для ориентации общественного производства на обслуживание туристов; - возможности по размещению большого числа туристов; - наличие компетентного персонала в области управления туризмом и обслуживания туристов; - хорошее состояние транспортной инфраструктуры; - проведение работ по формированию единого информационного поля в сфере туризма, создание республиканского информационно-туристского центра; - наличие потенциального запаса туристских ресурсов (неосвоенные территории, которые могли бы использоваться для осуществления туристской деятельности).

1	2
Социально-психологические	<ul style="list-style-type: none"> - стабильная политическая и социально-экономическая обстановка в республике; - наличие достаточного количества турпродуктов, дифференцированных по различным социальным признакам (интересам, возрасту, социальному положению, полу и т.д.); - наличие специфических национально-культурных устоев и доброжелательности местного населения; - наличие гарантий безопасности и комфорта туристов.

Учитывая общее состояние российской экономики и, в частности, ситуацию в Чувашии, «экспорт» достопримечательностей Республики является, по крайней мере, в ближайшие годы, более простой и эффективной формой участия в международном и межрегиональном разделении труда, также как и участие в промышленной конкуренции. Чувашская продукция в своем большинстве соответствует стандартам мирового рынка и конкурентоспособна по ценам и на территории России. Туризм для Чувашии представляет собой такую отрасль экономики, которая позволяет при сравнительно небольших капиталовложениях обеспечить экономически рентабельное использование местных ресурсов – историко-культурного наследия, традиций, культуры. Поэтому для условий Республики формирование туристского продукта правомерно в дополнение к промышленному развитию.

В развитии туризма для Чувашской Республики годом инноваций и положительной динамики обоснованно можно назвать 2004 год, когда кривая роста коснулась практически всех уровней туристской деятельности как в увеличении числа туристов в Чувашскую Республику, так и в увеличении объема оказанных туристических услуг населению.

В последние годы в Чувашской Республике наблюдается положительная динамика как в развитии инфраструктуры туризма, улучшении уровня сервиса в организациях туристской индустрии, так и в увеличении объемов услуг, оказываемых в санаторно-курортных, гостиничных, туристических организациях. Статистические данные объема платных услуг, оказанных населению, отображены в соответствии с рисунком 10.

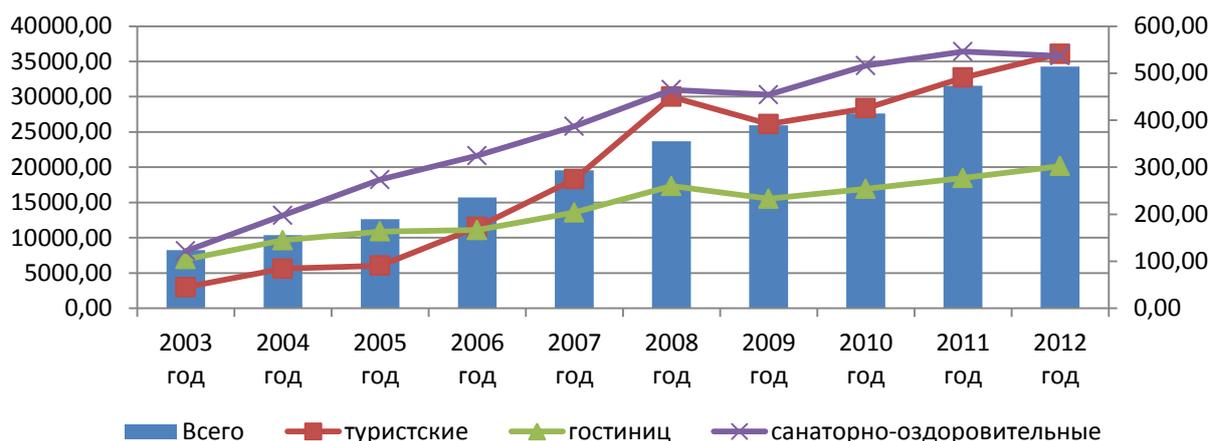


Рисунок 10 – Объем платных услуг, оказанных населению в Чувашской Республике за 2003-2012 гг.

За предшествующие десять лет (2003-2012 гг.) объем туристских услуг, оказанных населению, вырос более чем в 12 раз. В 2012 г. объем туристских услуг был равен 541,2 млн. руб. или 1,58% от общего объема платных услуг, оказанных населению Республики. По сравнению с 2011 г. данный показатель увеличился на 110,3%.

В целом, до 2008 г. соблюдалась тенденция на увеличение объема оказываемых туристских услуг, в 2009 г. данный показатель уменьшился на 12,9%, а в 2010 г. – увеличился и достиг уровня, превышающего показатель 2008 г. на 102,2%, в 2011 г. – увеличился по сравнению с 2010 г. на 102,5%. Это связано с общим ростом цен, ростом благосостояния населения и выходом страны из экономического кризиса. Также увеличение объема туристских услуг в 2010 г. было связано с высокой пожароопасностью в регионах Центральной России, в т.ч. и в Чувашии, поэтому большинство населения выезжало из опасных регионов в другие регионы России и за рубеж.

По итогам 2012 года туристскими фирмами Чувашской Республики было обслужено 82,5 тыс. туристов, что составляет 24792 туристских пакетов, в том числе туров по России реализовано на 26858 путевок, из них наибольшим спросом пользовались туры по Краснодарскому краю, Москве, Республике Марий Эл, Республике Татарстан, Санкт-Петербургу.

Постоянно растет спрос на услуги туристских организаций, расположенных за рубежом. Традиционно для отдыха и путешествия население Чувашской Республики выбирает такие страны, как Египет (25,2% от общего количества граждан России, отправленных в туры по зарубежным странам), Турция (24,2%), Испания, (6,4%), Объединенные Арабские Эми-

раты (6%), Греция (4,8%) и Таиланд (4,6%). Всего за 2012 г. в зарубежные поездки было отправлено более 24,4 тыс. человек, что составило 8,3 тыс. путевок.

Спрос на услуги туристских организаций Чувашской Республики, формирующийся в других регионах России, представляет собой внутренний въездной туризм.

К основным потокам туристов, прибывающих в Чувашскую Республику, относятся круизные туристы, бизнес-туристы, отпускники, в основном останавливающиеся в сельской местности, туристы, приехавшие на лечение и оздоровление в республиканские здравницы, спортивные делегации, транзитные автотуристы, участники культурно-массовых мероприятий.

На территории Чувашской Республики туристскими организациями в 2012 году принято и обслужено более 125 тыс. человек, среди которых более 48% составляют круизные экскурсанты, их число ежегодно растет, прежде всего, за счет увеличения количества заходов туристских теплоходов в речной порт г. Чебоксары. По данным Чебоксарского речного порта, в навигацию 2012 года в речной порт г. Чебоксары зашли 415 туристских теплоходов с общим количеством экскурсантов более 60 тысяч чел. (в 2011 году – 395 теплоходов с общим количеством экскурсантов 52562 человек, в 2010 году – 405 теплоходов, в которых обслужили 57871 экскурсантов). Из числа обслуженных экскурсантов более 2 тысяч иностранцев. Количество туристских судозаходов в г. Чебоксары за период 2005-2012 годов увеличилось в 1,6 раза, их динамика представлена в соответствии с рисунком 11.

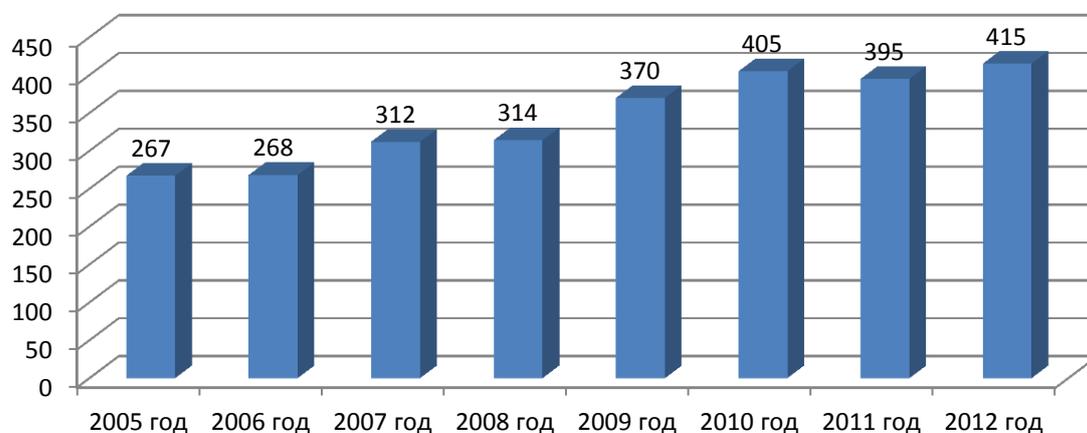


Рисунок 11 - Динамика судозаходов туристских теплоходов в г. Чебоксары за 2005–2012 годы, единиц

Это говорит о востребованности круизных путешествий и большой работе туристских организаций и Чебоксарского речного порта по привлечению экскурсантов в г. Чебоксары.

Кроме Чебоксар, «зеленые стоянки» организованы в городах Мариинский Посад, Козловка, Ядрин. Так, например, по итогам 2012 г. Мариинско-Посадский район посетило более 2 тыс. туристов с 33 круизных теплоходов (в 2011 году было 55 теплоходов), а Козловку посетило 8200 человек с 63 туристского теплохода (в 2011 году – 79 туристских теплохода). Впервые в истории Чувашии последние два года подряд были осуществлены заходы туристского двухпалубного теплохода «Василий Чапаев» в Ядринский район Чувашской Республики.

В целом по всем направлениям формирования спроса идет постепенное увеличение спроса на туристские услуги. Количество граждан, обслуженных туристскими организациями Республики, в 2012 году по сравнению с 2005 годом увеличилось в 1,52 раза. Данные представлены в соответствии с рисунком 12.

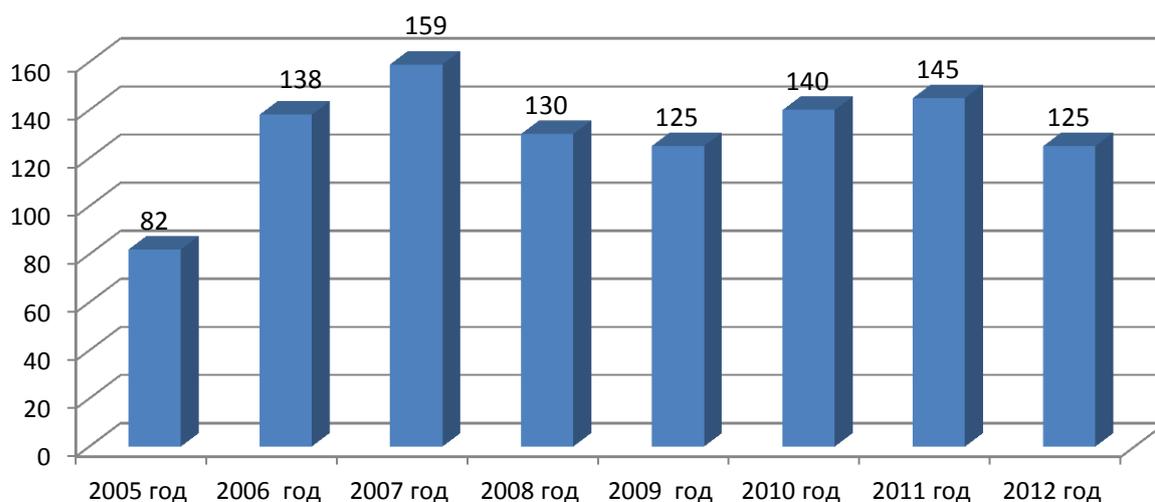


Рисунок 12 - Количество граждан, обслуженных туристскими организациями в Чувашской Республике за 2005–2012 годы, тыс. человек

В организационно-экономическом механизме управления туризмом в регионе коллективные средства размещения также составляют материальную основу индустрии и ее показатели характеризуют материально-техническую базу туристско-рекреационного комплекса Чувашской Республики.

Система гостиниц, санаториев, профилакториев и баз отдыха Чувашской Республики создавалась в «советский» период и была ориентиро-

вана на массовый отдых, поэтому до настоящего времени были недостаточно благоустроенными.

По данным Федеральной службы государственной статистики в Республике в 2012 г. функционировало 97 объекта размещения на 7411 мест, что на 4 объекта размещения больше, чем за аналогичный период 2011 года. В их числе: 25 гостиниц (на 2447 мест), 4 мотелей (108 мест), 12 предприятий гостиничного типа (205 мест), 19 санаторно-курортных учреждений (3323 мест), 7 организаций отдыха (987 мест), 1 турбаза (300 мест). До 2007 года на территории Чувашской Республики функционировали: один дом отдыха (на 370 мест) и один наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, включая дебаркадеры (на 10 мест), которые впоследствии были закрыты либо реорганизованы под другие средства размещения.

На конец 2012 г. номерной фонд коллективных средств размещения в Чувашской Республике насчитывал 3191 номеров, что на 576 номеров больше, чем в 2005 году и на 175 номеров меньше по сравнению с прошлым, 2011 г. (Рис. 13) Только около 13% имеющегося номерного фонда отвечают европейским стандартам гостиничного хозяйства, что является серьезным препятствием для развития туризма в Чувашской Республике.

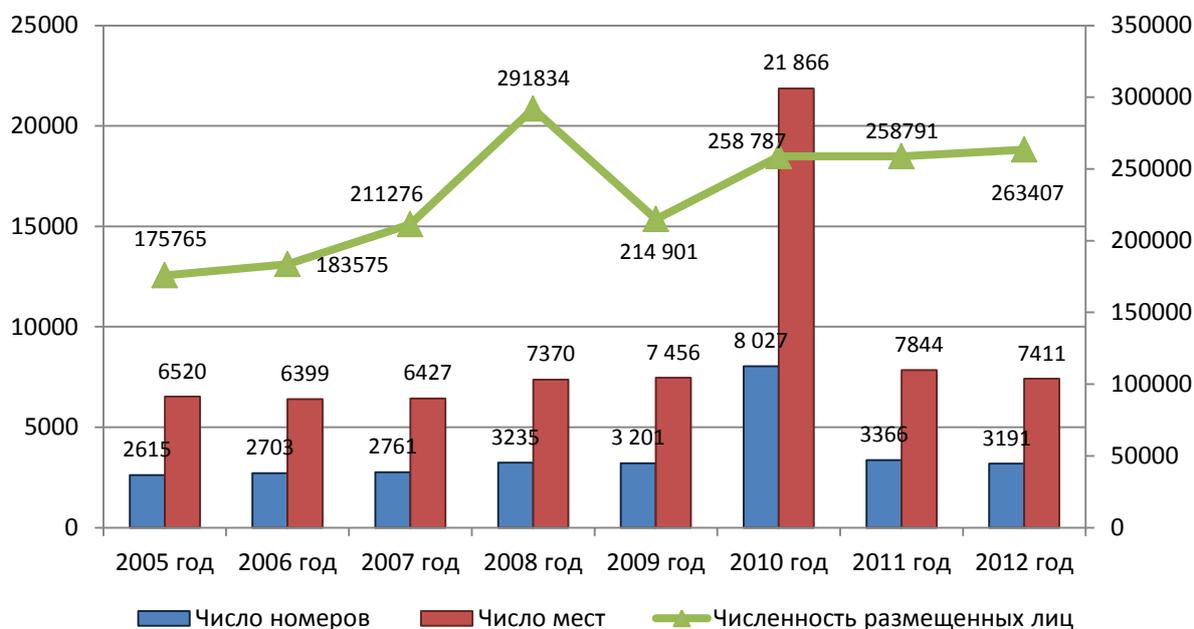


Рисунок 13 – Основные показатели коллективных средств размещения в Чувашской Республике за 2005-2012 гг.

Всего за 2012 год объектами размещения Чувашской Республики было обслужено 263,4 тыс. человек, которые провели более 1 млн. ночевок. В расчете на одного посетителя в среднем приходилось по 3,6 ночевок.

Показатели доходов и расходов от деятельности объектов размещения показывают экономическую сторону от размещения туристов в Республике. Они представлены на Рис. 14.

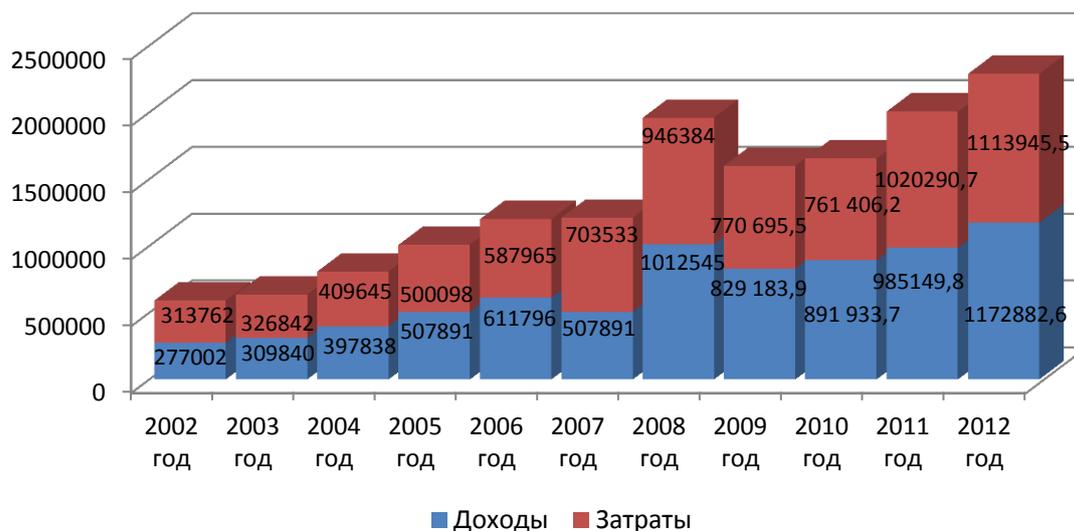


Рисунок 14 - Доходы и затраты коллективных средства размещения Чувашской Республики за 2005-2012 гг., в тыс. рублей

Эмпирические данные доходов и затрат коллективных средств размещения Чувашской Республики показывают, что до 2004 года затраты превышали доходы объектов размещения, но начиная с 2005 года доходы превзошли затраты. Пока эти отклонения незначительны. По нашему мнению, это обусловлено тем, что многие средства размещения были построены в советское время и сейчас их материально-техническая база сильно изношена и требует дополнительных капитальных вложений, направленных на модернизацию номерного фонда, на ремонты как косметические, так и капитальные, реконструкцию зданий, сооружений.

По данным исследования емкости гостиничного рынка в Чувашской Республике на начало 2013 года коэффициент насыщения (количество мест в гостиницах на тысячу жителей города) составил 1,94, в то время как среднероссийским нормативным показателем емкости рынка гостиничных услуг, обеспечивающий уровень конкуренции, считается 6-8 мест на тысячу человек. В Европе данный показатель составляет норматив 25-26 мест

на тысячу человек.

Следует отметить, что в среднем на рынке гостиничного бизнеса Чувашской Республики в настоящее время загруженность составляет 40–50%. Дефицит номерного фонда ощущается лишь в периоды проведения массовых мероприятий. Однако поскольку примерно половина номерного фонда не соответствует современным требованиям и нуждается в капитальной реконструкции, рынок гостиничных услуг Республики в настоящее время не обладает высокой конкурентоспособностью.

Кроме того, гостиницы и аналогичные средства размещения занимают существенную долю среди коллективных средств размещения Чувашской Республики (более 64%). Их динамика представлена на рис. 15.



Рисунок 15 - Динамика развития гостиниц и аналогичных средств размещения в Чувашской Республике за 2005-2012 гг.

По данным 2012 г. в Республике функционировало 61 средств размещения, из которых: 29 – гостиниц, 1 – меблированная комната, 5 – мотелей, 2 – общежития для приезжих, 14 – других средств размещения гостиничного типа. По сравнению с 2011 г. их число увеличилось на 7 единиц, т.е. на 12,96%. Также статданные показывают, что в 2012 году гостиничными комплексами Чувашии было обслужено 172464 человек, что на 7079 человек (4,28%) больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Но полученные показатели не достигли данных 2008 г., когда в Республике проводился Кубок мира ИААФ по спортивной ходьбе, и на

гостиничный бизнес Республики пришелся пик туристского обслуживания. В 2008 г. гостиничными предприятиями Республики было обслужено 193785 человек, что на 21,3 тысяч человек (12,36%) больше, чем в 2012 г. Резкое падение показателя в 2009 г. связано с мировым финансовым кризисом, который повлек за собой резкое сокращение показателей во всех отраслях экономики.

Экономические показатели гостиничных предприятий Республики показали следующие результаты: доходы в 2012 г. – 426,9 млн. руб. (в 2011 г. – 297,1 млн.руб.), затраты – 340,0 млн.руб. (в 2011 г. – 248,6 млн.руб.). Данные доходов и затрат гостиниц и иных средств размещения в Чувашской Республике за 2005-2012 гг. отображены в соответствии с Рис. 16.

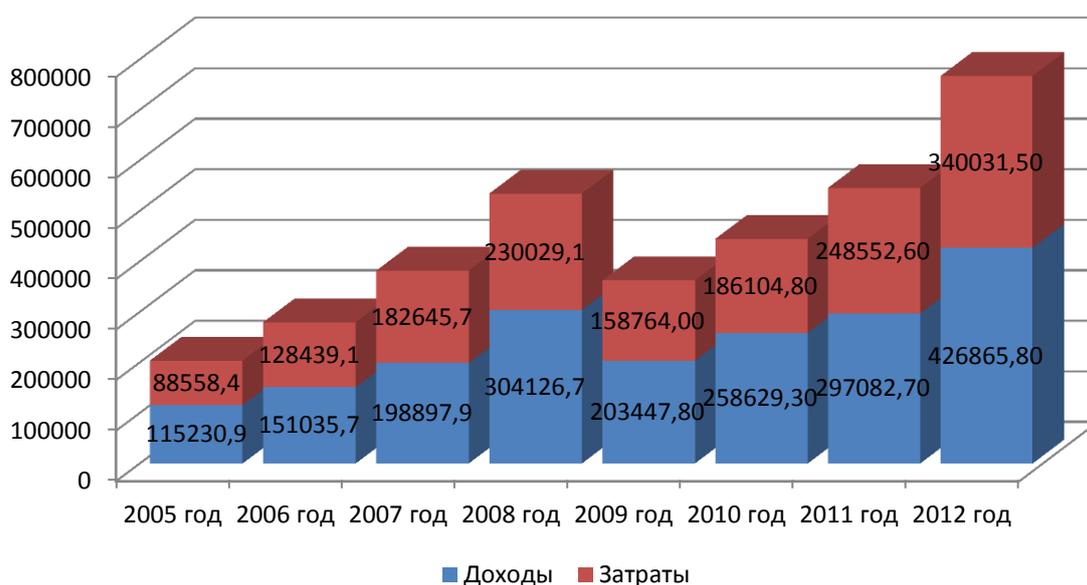


Рисунок 16 - Доходы и затраты гостиниц и иных средств размещения в Чувашской Республике за 2005-2012 гг.

Услуги гостиничных предприятий Республики в основном представлены гостиницами, расположенными в г. Чебоксары, которые заняли активную позицию на рынке.

В зависимости от размеров и видов жилых и служебных помещений, оборудования предприятий, уровня комфортности номеров и общественных помещений, предоставляемых услуг и других факторов, в Чувашской Республике была присвоена классификация ряду предприятий размещения по разрядам «европейской» системы, на основе французской национальной классификации, распространенной в большинстве стран:

«две звезды» – гостиница «Мир»;
 «три звезды» – гостиница «Чувашия» ОАО «Отель», гостиница «Россия» ОАО «Отель»,
 «четыре звезды» – ООО «Волга Премиум Отель», ООО «Отель-ДИС», ООО «Кантри-отель «Березки».

В число коллективных средств размещения также включены специализированные средства, которые в России выделены в отдельную категорию. Их динамика за 2005-2012 гг. и состав за 2012 г. отражены на Рис. 17.

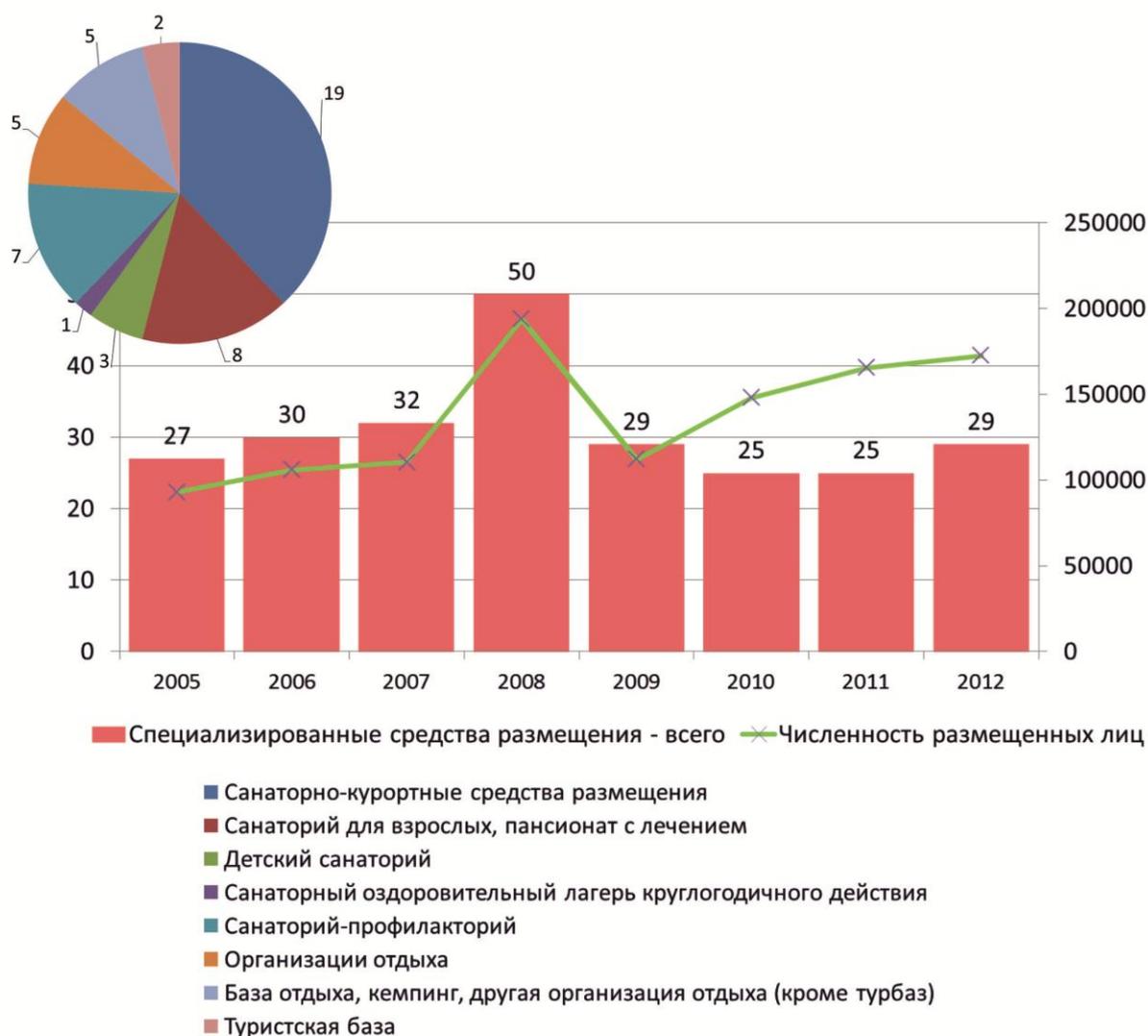


Рисунок 17 - Динамика развития предприятий туризма и отдыха в Чувашской Республике за 2005-2012 гг.

Развитие предприятий туризма и отдыха показывает, что динамика числа предприятий санаторно-курортного типа за анализируемый период изменялась в ту или иную сторону, но в итоге осталась практически на том

же уровне, а организаций отдыха – в основном, уменьшилась, но не значительно.

Показатели доходов и затрат от деятельности специализированных средств размещения представлены на Рисунке 18.

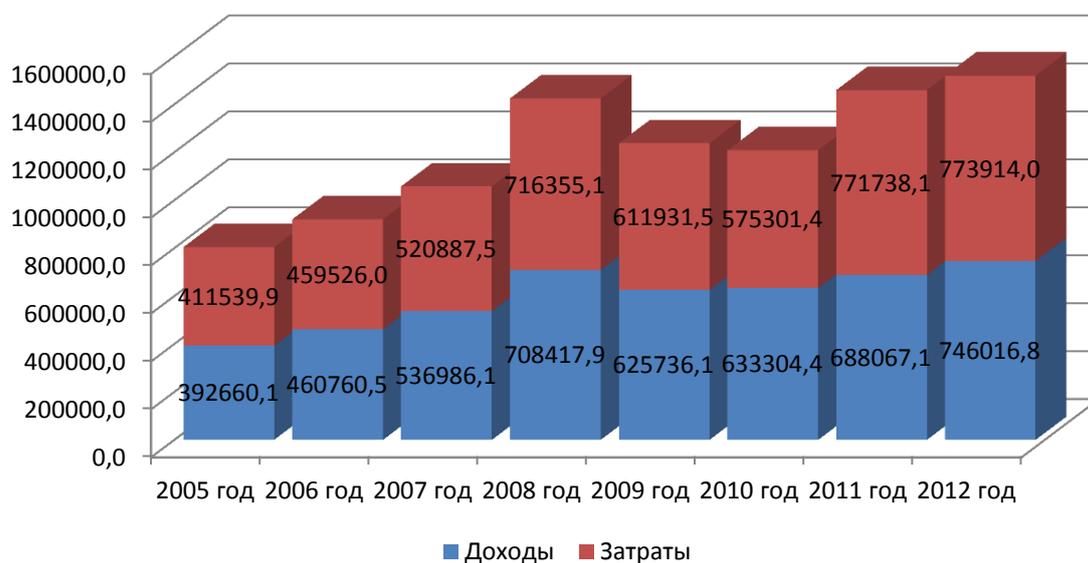


Рисунок 18 – Доходы и затраты специализированных средств размещения в Чувашской Республике за 2005-2012 гг.

Статистические данные доходов и затрат специализированных средств размещения показали, что их линейный тренд идет к увеличению и совпадает. Доходы 2012 г. по отношению к 2005 г. увеличились практически в 2 раза, т.е. на 353356,7 тыс. руб. (89,99%), по отношению к 2011 г. – на 57949,7 тыс. руб. (8,42%). Затраты 2012 г. также увеличились, по отношению к 2005 г. на 362374,1 тыс. руб. (88,05%), по отношению к 2011 г. – на 2175,9 тыс. руб. (0,28%).

В настоящее время в Чувашской Республике вопросам исследования туристско-рекреационного потенциала уделяется достаточно большое внимание как со стороны специалистов в этой отрасли, так и со стороны регулирующих органов власти Республики. В первую очередь это связано с разработкой и реализацией Программы развития туризма в Чувашской Республике на 2011-2016 годы.

В результате исследования были выделены сильные стороны Республики и определены «узкие» места ее туристско-рекреационного комплекса.

Сильные стороны и туристско-рекреационный потенциал Чувашской

Республики:

Выгодное географическое положение территории:

а) расположение Республики в срединной части крупнейшей в Европе реки Волга, с резко выраженным континентальным климатом, где ярко присутствуют все четыре времени года;

б) соседство с территориями пяти субъектов Российской Федерации (Нижегородская обл., Республика Марий Эл, Мордовская Республика, Республика Татарстан, Ульяновская обл.), обладающими многочисленными туристскими достопримечательностями;

в) близость крупных городских агломераций гг. Казань, Нижний Новгород, Москва, которые можно рассматривать в качестве целевых рынков сбыта и партнеров.

Природно-ландшафтные особенности:

а) наличие крупных рек Волга, Сура и более 2 тысяч других рек, 113 озёр, более 800 прудов, богатым разнообразием рекреационных зон;

б) разнообразие и богатство лесных массивов Республики, занимающих почти треть территории;

в) благоприятная экологическая ситуация в большей части Чувашской Республики, в городе Чебоксары, других городах и районах;

в) федеральный государственный национальный парк «Чăваш вăрманĕ», природный парк «Заволжье» и государственный природный заповедник «Присурский».

Водные ресурсы Чувашской Республики состоят из поверхностных вод, формирующихся из стока многочисленных малых и мельчайших рек, вод озер и прудов. Наиболее крупными ресурсами обладает река Волга, имеющая протяженность 124 км, а также река Сура – вторая по величине река Республики. Её протяженность в пределах Чувашии 500 км и она является судоходной рекой.

Кроме Волги и Суры важнейшими водными артериями Республики являются Большой и Малый Цивиль, Кубня, Була, Бездна, Киря и другие реки.

Организация на берегах живописных рек и озер туристских приютов, домов охотника и рыболова, кемпингов, хостелов с питанием по рецептам чувашской национальной кухни, с прокатом туристско-спортивного инвентаря может явиться важной составной частью развития туризма в Чувашии.

В пригородной зоне города Чебоксары на глубине более 130 м

вскрыты минерализованные воды, которые благодаря высокому содержанию сероводорода (от 210 до 230 мг/л) используется при лечении ряда сердечно-сосудистых и неврологических заболеваний в санаторно-курортных комплексах Республики.

Чувашская Республика расположена в лесостепной подзоне и подзоне смешанных лесов (левобережье р. Волга).

В Республике произрастает около 1050 видов растений, не включая мхов, т.е. сосредоточенно 2/3 всех видов растений, находящихся в Европейской части России. Лесные массивы, и особенно пригородные зеленые зоны, все более широкое использование находят как объекты рекреации, как фабрики чистого, богатого кислородом атмосферного воздуха, оказывающего благотворное влияние на здоровье человека.

С целью максимального сохранения уникальных, редких природных объектов более 200 объектов постановлениями Правительства Российской Федерации объявлены памятниками природы, оформлены охранные обязательства. Памятниками природы объявлены ряд озер, являющихся местом обитания древнего исчезающего вида выхухоля, а также водоплавающей дичи.

Определены 29 видов животных и 48 видов растений, подлежащих особой охране на территории Республики, разработан режим пользования объектов природы, взятых под особую охрану.

Историко-архитектурное богатство и разнообразие:

а) историко-культурный потенциал Республики представлен 655 памятниками истории и архитектуры, охраняемых государством, в т.ч. 177 памятниками археологии, 120 – истории, 346 – архитектуры и 12 – искусства.

б) территория Чувашской Республики богата историческими местами различных эпох и периодов. На этих землях четыре тысячи лет тому назад проживали индоевропейские племена (абашевская культура), с IV в. имеются первые упоминания о проживании финно-угорских племен (мордва, марийцы), а к X в. здесь складывается первое государственное объединение в Восточной Европе – Волжская Булгария, представленное на территории Чувашии городищами (Тигашевское, Большая Таяба). На территории Республики находятся клады монет и предметов золотоордынского периода, периода Казанского ханства и Московского государства.

Уникальные традиции:

а) своеобразие быта, традиций, культуры, сочетание титульным

народом тюркского языка и христианской веры, сохранение в отдельных регионах Республики языческих верований и мест культовых поклонений;

б) соседство с регионами, где население проповедует мусульманство.

Культурное наследие:

а) интенсивная культурная жизнь, особенно песенно-театральное искусство;

б) культурные события, фольклорные праздники;

С 2008 года в г. Чебоксары ежегодно проводится Чебоксарский международный кинофестиваль. Фестиваль учрежден по решению правительства Чувашской Республики и в настоящее время позиционируется как фестиваль, целью которого является показ фильмов, способствующих возрождению интереса к прошлому и настоящему России, патриотизма, делу защиты интересов своего народа и воспитания толерантности.

С 1997 года в г. Чебоксары ежегодно проводится Чебоксарский международный балетный фестиваль.

в) наличие театров и музеев, их доступность.

Политические, региональные и интернациональные факторы:

а) зона стабильной политической обстановки;

б) сотрудничество, практически, со всеми субъектами Российской Федерации, некоторыми странами ближнего и дальнего зарубежья;

в) расширение международных спортивных и культурных контактов. Сотрудничество в рамках молодежных программ «Большая Волга», «Родники Поволжья», проведение V Кубка Европы по спортивной ходьбе в 2003 г., Кубка мира по спортивной ходьбе в 2008 г., Чемпионат России по спортивной ходьбе в 2009 году, Чемпионат и первенство России по велоспорту на шоссе в 2009 году, Чемпионат России по лёгкой атлетике в 2009 году, Чемпионата России по маунтинбайку в Чебоксарах в 2010 г., Чемпионат России по лёгкой атлетике в 2011 году.

Социальная сфера:

а) развитая система социального обеспечения населения: МНТК «Микрохирургия глаза им. С. Федорова», Президентский перинатальный центр, федеральные специализированные медицинские центры, санаторно-курортные комплексы, бальнеологическая грязелечебница;

б) развитая сеть модельных библиотек, центров культуры и досуга в районах и городах;

в) эффективная система общего, профессионального и высшего образования.

Подготовка туристских кадров:

а) подготовка кадров по трехступенчатой схеме: школа-колледж-университет и послевузовская подготовка;

б) организованная система стажировок за рубежом по подготовке кадров в ведущих гостиницах, на курортах и туристских фирмах Турции, Европы и США.

Инженерная инфраструктура и коммуникации:

а) наличие развитой сети основных междугородных видов транспорта: автомобильный, железнодорожный, водный (речной), воздушный;

б) разнообразие видов общественного транспорта в г.Чебоксары, г.Новочебоксарск, в других населённых пунктах и между ними;

в) телекоммуникации: телефоны - линейный, спутниковый, сотовый; электронная сеть «Интернет».

Туристское сотрудничество:

а) участие в обменах студентами с ВУЗами Европы и др. стран;

б) сотрудничество по международным программам Европейского Союза, по линии ЮНЕСКО;

в) участие в международных спортивных состязаниях и их организация на территории Республики.

Туризм в Чувашской Республике развивается невысокими темпами по сравнению с отдельными территориями Российской Федерации. К сдерживающим факторам развития туризма в Чувашской Республике относятся:

Материальная база, характеризующаяся высокой степенью морального, физического и внешнего износа:

а) основная часть материальной базы туризма, особенно та, которая находится на балансе производственных предприятий, нуждается в восстановлении и капитальном ремонте, модернизации или функциональной реконструкции;

б) нехватка современных объектов размещения;

в) недостаточная развитость таких важных составляющих туристской инфраструктуры, как транспорт и связь;

г) неразвитая сеть предприятий питания и развлекательных услуг;

д) нехватка современных спортивных сооружений, отсутствие пунктов проката туристского инвентаря.

Недостаточно квалифицированные специалисты по организации и развитию внутреннего и въездного туризма:

а) недостаточно опыта в организации туристских событий и анимации;

б) ориентация туристских фирм на выездной туризм;

в) мало разработок по созданию туристского продукта на территории Чувашской Республике.

Неудовлетворительное информационное продвижение Республики как туристского региона:

а) полностью не сформирован туристский бренд Чувашской Республики;

б) нет справочников, путеводителей, указателей по туристскому потенциалу Республики на иностранных языках;

в) нет полноценного республиканского банка данных о туристских ресурсах по отдельным территориям и в целом по Чувашской Республике, в т.ч. на иностранных языках.

Не разработаны исторические основы развития туризма:

а) слабо развит культурный туризм;

б) нет комплексной подпрограммы развития музейного дела;

в) не разработаны туристские аспекты проведения общественно значимых мероприятий: фестиваль картофеля; фестиваль хмеля; фестиваль имени Д.М. Михайлова; легенды и мифы чувашской земли; археологические и архитектурные достопримечательности; «Волжская Булгария» – историческая основа зарождения чувашского народа; организации чувашских национальных игр (игрищ); великие люди Чувашской земли и т.д.

Нет общих градостроительных принципов организации туристской деятельности:

а) архитектурные принципы обустройства рекреационных зон;

б) нет требований к обустройству деревень и инфраструктуры села с учетом пребывания туристов;

в) не просматриваются чувашские национальные особенности и традиции при строительстве как туристских зон, так и в общей инфраструктуре.

В основе развития внутреннего и въездного туризма в Чувашской Республике как комплексной системы индустрии гостеприимства включает такие направления как:

- гостиничное хозяйство и сеть средств размещения в туризме;
- предприятия общественного питания в туристском секторе;
- транспортное обеспечение туристских потоков;

- анимационные услуги в туризме;
- сувенирная индустрия в туристском секторе;
- санаторно-курортное направление в туризме;
- музейный комплекс в туризме;
- организация общественно значимых и событийных мероприятий;
- развитие молодежного (социального) туризма.

Приоритетным направлением развития туризма в Чувашской Республике может стать въездной туризм как катализатор привлечения туристов из регионов Российской Федерации, СНГ и дальнего зарубежья, в том числе по видам:

1. Деловой туризм (основные районы развития: городах Чебоксары, Новочебоксарск, Шумерля, Алатырь, Канаш, Чебоксарский, Ядринский и Марпосадский районы) – организация конгрессов, выставок, семинаров, конференций, развитие на местных предприятиях инсентив-туризма.

2. Сельский туризм (основные районы развития: Чебоксарский, Ибресинский, Ядринский, Моргаушский и Марпосадский районы) – создание этнографического музея в Чебоксарском и Ядринском районах, туристских маршрутов на базе этнографического музея Ибресинского района и народных чувашских обрядов и уклада жизни в Марпосадском и Моргаушском районах; создание деревенских усадеб с традиционным укладом жизни чувашского народа, дворянских усадеб с их укладом жизни.

3. Социальный (молодежный) туризм (основные районы развития: гг. Чебоксары и Новочебоксарск, Чебоксарский, Ядринский, Алатырский, Марпосадский, Цивильский, Козловский, Шемуршинский и Моргаушский районы) – создание молодежных центров (хостелов) в благоприятных экологически чистых лесных массивах и на берегу рек: в Чебоксарском районе в Заволжье, в лесном массиве между г.Чебоксары и пос. Кугеси, на основе профилактория «Чайка»; в Ядринском районе в турбазе «Сурские Зори», на базе домика лесника в лесном заказнике, на месте обитания сурков создать американский вариант скаут-движения; в Алатырском районе создание на базе дома лесничего молодежного центра; создание в Марпосадском, Козловском и Ядринском районах горнолыжных баз; модернизация детских лагерей и создание на их основе современных молодежных центров; создание молодежного центра в Шемуршинском районе на территории национального парка «Чăваш вăрманĕ»; создание молодежных центров по конному туризму, яхтклубов, пешеходным, водным и велосипедным маршрутам, развитию параглайдинга и парашютного спорта; прове-

дение молодежных конференций, фестивалей, слетов по интересам, спортивных мероприятий и творческих конкурсов в городах и районах по переходному принципу.

4. Паломнический туризм (основные районы развития: гг. Чебоксары, Алатырь, Ядрин, Алатырский, Ядринский, Чебоксарский и Марпосадский районы) – создание экскурсионных и паломнических туров по церквям и монастырям республики.

5. Историко-познавательный туризм (основные районы: гг. Чебоксары, Алатырь, Чебоксарский, Марпосадский, Ядринский, Ибресинский, Комсомольский, Батыревский, Алатырский, Канашский, Шемуршинский районы) – экскурсии по г.Чебоксары (обзорная, по музеям, по театрам, по историческим местам), туры по историческим местам Волжской Булгарии (места археологических раскопок), историческому наследию Кокеля, Тимофеева, Федотова, Спиридона Яндуша, Н.Бичурина, Сироткина (РАН), Мордвинова, Ашмарина, Никольского, Ульянова др.; экскурсионные и туристские маршруты, связанные с именами царской фамилии династии Романовых – Петр I, Екатерина II, Мария Шустова, всемирно известными деятелями науки и искусства – Пушкин А.С., Шевченко Е.Г., С. Эрзя, академик А. Крылова, известными историческими личностями – С. Разин, Е. Пугачев, космонавт А. Николаев.

6. Спортивный туризм (основные направления: гг. Чебоксары, Новочебоксарск, Чебоксарский, Вурнарский, Урмарский, Шемуршинский и другие районы) – развитие велосипедных туров, пешеходных маршрутов, организация соревнований по рыбной ловле, сбору грибов и диких ягод, пейнтболу, бильярду, скоростному сплаву по р. Большая Когшага, организация туристских слетов по спортивному ориентированию в разных районах, горнолыжному спорту, горновелосипедному спорту и т.д.

7. Санаторно-курортный комплекс и маленькие «лечебные» места (основные направления: г.Чебоксары, Чебоксарский, Ядринский, Шемуршинский, Марпосадский, Алатырский, Козловский, Моргаушский, Порецкий районы) – поддержание и развитие существующих, создание нового санаторно-курортного комплекса федерального значения на территории Заволжья, курортов межрегионального и республиканского значений, а также малых курортов для местного населения с использованием имеющихся природно-лечебных источников минеральной воды, лечебных грязей и климатических факторов («Айдак» и «Родник» Ядринского района, в

«Чăваш вăрманĕ» Шемуршинского района, «Шешкары» Моргаушского района), внедрение апилечения в Чебоксарском и Ядринском районах.

8. Охотничьи и рыболовные туры (основные направления: Чебоксарский, Ядринский, Шемуршинский, Марпосадский, Алатырский, Козловский, Моргаушский, Порецкий, Красночетайский, Яльчикский, Шумерлинский районы) – создание информационной базы по охотничьим и рыболовным турам (когда, где, сколько и стоимость), определение системы квот совместно с Рыболовоохотсоюзом, создание информационного центра для туристских фирм для организации охотничьих и рыболовных туров, организация охотничьих туров с привлечением собак породы «русские борзые» в Яльчикском районе, организация фотоохоты на сурков в Шемуршинском и Батыревском районах, проведение соревнований по рыбной ловле и т.д.

9. Круизный туризм (основные направления: гг. Чебоксары, Ядрин, Мариинский посад, Алатырь, Шумерля, Чебоксарский и Козловский, Моргаушский районы) – организация интересного и насыщенного мероприятиями приема круизных туристов, заезжающих в гг.Чебоксары и Мариинский Посад, организация круизов и регат по Волге, Суре на яхтах.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Чувашская Республика, обладая богатыми туристско-рекреационным потенциалом, занимает особое место на международном туристском рынке и вызывает особый интерес как у российских, так и у иностранных туристов.

2. В последние годы в Чувашской Республике наблюдается невысокая, но стабильная динамика как в развитии инфраструктуры туризма, улучшении уровня сервиса в организациях туристской индустрии, так и в увеличении объемов оказываемых в санаторно-курортных, гостиничных, туристических организациях услуг.

3. Что касается качества предоставляемых услуг, то 6 гостиниц соответствуют международным стандартам, а также нормам удобства и ценам, привычным иностранным клиентам (1 гостиница имеет классификацию в 2 звезды, 2 гостиницы – в 3 звезды, 3 – в четыре звезды).

4. Из всех видов туризма наиболее благоприятным для развития в Чувашии следует считать сельский. Но, не смотря на это, существует ряд проблем, сдерживающих его развитие:

- недостаток четко сформулированной национальной концепции по развитию сельского туризма;

- отсутствие профессиональной и грамотной государственной политики;
- недостаток стандартов и нормативов, применимых в сфере сельского гостевого туризма;
- дефицит квалифицированных кадров в сфере сельского туризма;
- недостаток знаний и опыта работы в области обслуживания зарубежных и отечественных туристов;
- отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность в области сельского гостевого туризма;
- незнание и неумение рационально использовать собственные рекреационные ресурсы.

Несмотря на множество проблем, сдерживающих развитие сельского туризма, у турбизнеса в Чувашии большое будущее. В перспективе, несмотря на трудности, переживаемые Республикой, прогнозируется рост ее доли на общероссийском и международном туристских рынках. Для этого необходимо следовать ряду правил, которые позволят увеличить развитие сельского туризма в Чувашской Республике:

1. Развитие сельского туризма должно быть основано на базе существующих туристских ресурсов сельской местности, а именно:

- использование имеющихся средств размещения (на фермах и в усадьбах в одном доме с хозяином, в исторических зданиях в сельской местности, в палаточном городке на территории усадьбы, в кемпинге при спортивных объектах);
- развитие инфраструктуры сельской местности (водо-, газоснабжение, дороги, транспортное сообщение, телефонизация, амбулатории, объекты придорожного сервисного обслуживания, учреждения культуры).

2. Разработка и утверждение национальной политики по развитию сельского туризма:

- государственная регистрация, лицензирование, сертификация, стандартизация, классификация.

3. Стимулирование агротуристической деятельности:

- система кредитования, льготы, система налогообложения.

4. Политика государства в сфере занятости сельского населения;

- совершенствование финансово-кредитных рычагов воздействия на занятость и создание новых рабочих мест;
- стимулирование развития личных подсобных и фермерских хозяйств;

- совершенствование системы подготовки и переподготовки кадров.

5. Улучшение бытового и торгового обслуживания в сельской местности:

- ремонт одежды, обуви, химчистка, стирка;
- парикмахерские услуги;
- ремонт автомобилей.

По нашему мнению, для того, чтобы стать привлекательной для иностранных туристов, Чувашии необходимо всего несколько лет. Пока региону рекомендуется работать преимущественно на внутренний рынок и повышать качество и привлекательность своих туристских объектов. Также следует отметить, что участие в развитии туризма в Чувашии весьма выгодно для инвесторов и, поэтому за последние годы в Чувашской Республике реализованы и продолжаются ряд проектов, направленных на устойчивое развитие сельского туризма. Эти проекты направлены на децентрализацию туристического бизнеса и перераспределение прибыли от туризма с широким вовлечением сельского населения районов Чувашии, на подготовку новых туристских баз к развитию сельского туризма. Из 21 района Чувашской Республики наиболее широкое развитие сельский туризм получил в Ибресинском, Чебоксарском, Мариинско-Посадском, Ядринском районах Республики. Вместе с тем, довольно активное региональное сотрудничество в области туризма, участие в совместных проектах и семинарах позволяет делать обобщения и выводы.

Согласно Республиканской целевой программе «Развитие туризма в Чувашской Республике на 2011-2016 годы», предусмотрено создание экологического поселения «Ясна» на территории Республики, где в 2007 году была заложена рекреационная зона. Проект «Ясна» поддержан Министерством природных ресурсов и экологии, Министерством экономического развития и торговли, Министерством сельского хозяйства, Министерством имущественных и земельных отношений, а также Администрацией Чебоксарского района. Непосредственным куратором проекта стало Министерство по физической культуре, спорту и туризму Чувашии. Проект вошел в международный туристический маршрут «Великий Волжский путь» как туристический центр. Земля прошла экспертизу на соответствие требованиям к экосоциуму как к туристическому центру (экологически чистое место, ландшафт, панорамный вид, удаленность от речного порта не далее 30 км и т.д.).

С 2007 года в Республике начал практическую работу совместный чувашско-немецкий проект «Долгосрочное развитие сельских регионов Чувашской Республики», целями которого являются раскрытие потенциала в сельском производстве (для сельских домашних и фермерских хозяйств) и повысить их привлекательность для проживания, а также помощь германских специалистов в создании высокоэффективных домашних и фермерских хозяйств и освоении современных сельскохозяйственных технологий. В реализации проекта участвуют более десяти немецких консультантов.

В июне 2010 г. закончено строительство и обустройство конно-туристического комплекса «Заимка» в Чебоксарском районе, состоялось его торжественное открытие. Это первый проект развития сельского туризма в Чувашии в таком качестве. Общий объем инвестиций составил 90 млн. руб., на строительство конно-туристического комплекса использованы средства ОАО «Россельхозбанк».

В конно-туристическом комплексе построены и действуют гостиница и два отдельных гостевых дома для отдыха, 2-х этажный ресторан – трактир «Гуляй поле!», казачья лавка, 3 русских бани, позволяющих вместить от 10 до 20 человек одновременно, конно-спортивный комплекс (см. Приложение 5).

Конно-спортивный комплекс включает в себя все, что нужно для занятий конным спортом:

- закрытый манеж и открытые площадки;
- профессиональных инструкторов и опытных коневодов;
- конно-спортивную школу с возможностью обучения в любую погоду;
- 19 превосходных лошадей, в том числе рысаки знаменитой «Орловской» породы, арабские и ахалтекинские скакуны, а также шотландский пони.

С каждым годом набирает обороты развитие сельского туризма в Ибресинском районе, многие туристические объекты уже завоевали свою нишу в туристическом бизнесе. Желающих развить туризм становится больше. В районе появились первые гостевые дома – новые туристические объекты: «Орляк», «Атла», «Качельня», «Райский уголок» и другие (Приложение 5).

Ведется работа по реализации проекта «Глухарина роща» с центром в д. Новое Чурашево, который предусматривает строительство эколого-

этнографической деревни. «Глухарина роща» – туристический комплекс с исключительными возможностями по привлечению туристов для организации сельского туризма в Ибресинском районе. В настоящее время построены 2 корпуса для отдыха, строительство продолжается.

В рамках проекта развития сельского туризма в Чувашской Республике проводились семинары на темы: «Туризм в сельской местности – бизнеспланирование», «Долгосрочное и экономически успешное развитие сельского туризма в Ибресинском районе» и др.

В феврале 2010 г. за развитие сельского туризма коллективу сельскохозяйственного потребительского кооператива «Камаево поле» Ибресинского района Чувашской Республики была вручена Благодарность министра спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации В.Л. Мутко.

Мариинско-Посадский район Чувашии также активно работает по развитию сельского туризма у себя в районе. Так, в 2011 году на территории Мариинско-Посадского района открыто 6 новых туристических объектов: [51]

- В Октябрьском сельском поселении открыта база отдыха «Сосновый бор», рассчитанная на одновременное пребывание 6 человек с организацией отдыха на воде, рыбалки и сбора дикоросов.

- В Приволжском сельском поселении на островах Кушниковского затона для любителей отдыха на природе и экологического туризма с этнографической составляющей организован семейный экологический маршрут «Кушниковские шалаши». Здесь гости могут на время забыть о городской суете и цивилизации, прокатится верхом на лошади или телеге, подержать в руках косу, попробовать парного молока и экологичной деревенской еды, принять участие в старинных народных обрядах и праздниках, таких как «Проводы Берёзки», или просто побродить в тишине по обширной территории острова. За лето новый экологический маршрут «Кушниковские шалаши» посетило около 300 человек.

- В исторической части г. Мариинский Посад, на берегу Волги в 20 метрах от городского пляжа и лодочной станции, открыт гостевой дом Рассказовых «Домик у Волги». Это двухэтажный кирпичный дом со всеми удобствами, на втором этаже которого 3 гостевые комнаты, санузел и лоджия с панорамным видом на Волгу, Государеву гору и Свято-Троицкий собор.

- Открыт гостевой дом Уточкиных «Домашний очаг». Он располо-

жен в культурно-исторической части города в 50 метрах от Волги, пляжа, кафе и магазинов, на исторической улице, по которой проходят туристические маршруты. Это летний домик на 3 гостевые комнаты: 2 двухместные с дополнительным местом (кресло-кровать), 1 большая трёх/четырёхместная комната с отдельным входом; к услугам гостей летняя кухня-столовая, холодильник, микроволновая печь, газовая плита, набор посуды, летний душ. Только за август-сентябрь этот гостевой дом успел принять более 20 отдыхающих.

- В г. Мариинский Посад открыт «Музей геральдики» - творческая мастерская художника-геральдиста В.А. Шипунова.

- В деревне Сюндюково Бичуринского сельского поселения открыт частный музей мастера-кукольника, лауреата Государственной премии Чувашской Республики Т.П.Дверенина.

Стабильно работает с 2009 года «Творческая мастерская по развитию народных ремесел и производству сувенирной продукции» Ефимовых в д.Вурман Пилемчи. Эта мастерская обеспечивает Мариинско-Посадский район широким спектром сувенирной продукции из традиционных материалов, здесь разработана программа нескольких мастер-классов для туристов, что позволило включить её в новый туристический маршрут «Свидание с провинцией».

Сельский туризм является одним из приоритетных направлений развития туризма в Мариинско-Посадском районе. С 2008 года в селе Тогаево работает сельский гостевой дом Даньковых «Дом, где вас ждут» с домашним этнографическим музеем. За 2011 год на отдыхе и экскурсиях там побывало 415 человек, проведено 23 экскурсии, 6 выставок и 10 посиделок. В 2011 году здесь состоялось официальное открытие отдельного домика для проживания туристов, оформленного в традиционном стиле чувашской деревни начала XX века. За истекший год здесь побывали журналисты пяти телеканалов, репортёры газеты «Хыпар» и «Наше слово». С культурой и бытом чувашского народа здесь знакомился гость из Австрии А. Хапус, а также группа украинских художников, которые несколько дней жили в гостевом доме и писали этюды вместе с чувашскими коллегами в рамках V Международного Кокелевского пленэра. Данный гостевой дом посещали и почетные гости – делегации Исаклинского муниципального района Самарской области, иностранные гости из Китая, Тайланда, Испании, Бразилии и Италии, туристы из Республики Татарстан.

В 2011 году район стал победителем в 3 номинациях открытого рес-

публиканского конкурса «7 чудес Чувашии».

Данный гостевой дом неоднократно принимал участие в съемках различных телепередач. Дом посетили съемочные группы как национальных, так и российских и международных телеканалов: «Вести Чебоксары», «Первый ТВЧ» (Санкт-Петербург), «Russia Today», «Rusiya Al-Yaum» и другие.

С 2012 года на территории Янтиковского района Чувашской Республики реализуются два проекта по организации комплексного туристского обслуживания на селе – сельского туризма: строительство сельской туристской базы «Паснерка» и «Робинзон». Сроки реализации проектов – 2012–2016 годы. Для строительства турбаз частными инвесторами приобретены два удаленных друг от друга земельных участка в собственность, каждый площадью более чем 20 га.

Туристическая база «Паснерка» будет располагаться в Тюмеревском сельском поселении Янтиковского района на площади 25 га. Внутри базы протекает одноименная река Паснерка, на которой организовано 5 прудов для организации отдыха на воде. В настоящее время к туристской базе проложена асфальтированная дорога, подведена электроэнергия и установлена подстанция на 100 КВт, полностью очищены, восстановлены и зарыблены два пруда, установлены шесть деревянных строений, в т. ч. два жилых дома на 16 койко-мест, два оздоровительных комплекса, чувашская баня по черному, ведутся отделочные работы.

Данный проект заручился поддержкой администрации Янтиковского района и его планируется включить в государственную программу по поддержке начинающих фермерских хозяйств с выделением безвозмездной субсидии в размере 1,0 млн. руб. Реализация проекта позволит привлечь туристов в Янтиковский район в количестве не менее чем 1200 человек в год.

С учетом существующей проблемы занятости населения развитие сельского туризма в районе и в Республике в целом позволит увеличить занятость населения, оказать содействие развитию малого предпринимательства.

4.2. Регулирование развития сельского туризма в Чувашской Республике

Законодательство Чувашской Республики о туризме основывается на Конституции Российской Федерации, Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», иных федеральных законах и нормативных правовых актах Российской Федерации и состоит из Конституции Чувашской Республики, Закона «О туризме» и иных нормативных правовых актов Чувашской Республики.

Закон ЧР «О туризме» от 13 октября 1997 г. № 16 определяет правовые, социальные, организационные и экономические основы развития туризма в Чувашской Республике, регламентирует участие государственных органов, общественных объединений, юридических и физических лиц в развитии туризма в Чувашской Республике. В Законе отмечается, что Чувашская Республика, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики, содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для его развития.

Целью Закона является создание условий для интеграции Чувашской Республики как субъекта Российской Федерации в систему мирового туристского рынка и развития международного сотрудничества в области туризма, основанных на праве каждого человека на свободу передвижения.

15 сентября 2010 г. утверждена постановлением Кабинета Министров Чувашской Республики № 298 Республиканская целевая программа «Развитие туризма в Чувашской Республике на 2011 - 2016 годы».

30 ноября 2011 г. утверждена постановлением Кабинета Министров Чувашской Республики № 529 Государственная Программа Чувашской Республики «Развитие физической культуры, спорта и туризма» на 2012–2020 годы».

Реализация данных программ направлена на комплексное развитие экономики республики, формирование нового социально-культурного облика региона, повышение привлекательности сферы международного предпринимательства и делового сотрудничества, улучшение экологической ситуации, рост притока инвестиций в сферу туризма, увеличение интереса к республике как туристской дестинации как российских, так и иностранных туристов, повышение жизненного уровня населения. Создаются предпосылки для удовлетворения потребностей населения, в том числе детей, в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям. В 2009 году финансирование программы в ос-

новном производилось за счет внебюджетных источников, что говорит о росте интереса предприятий туристской индустрии и предпринимательской среды к организации развития туризма в Чувашской Республике.

Данные программы разработаны в целях реализации государственной политики в области развития туризма в Чувашской Республике и в соответствии с федеральным и республиканским законодательством в области туризма.

Но, тем не менее, следует отметить, что при значительном туристском потенциале Республики практически отсутствует государственная поддержка развития туризма, хотя конкурентоспособность организаций Чувашии в данной сфере напрямую зависит от подхода государства к этому вопросу. Требуется широкое осмысление новых форм и принципов взаимодействия между органами исполнительной власти различных уровней и с туристскими организациями. Тем самым возникает необходимость проводить глубокое изучение механизмов функционирования туристского регулирования и деятельности туристских организаций, что определяет актуальность темы.

В результате исследования было выявлено, что вопросы государственного управления туристской отраслью в Чувашской Республике закреплены за Министерством по физической культуре, спорту и туризму Чувашской Республики.

Министерство проводит единую государственную политику в туристской индустрии Республики, осуществляет ее управление, определяет пути и методы регулирования, обеспечивающие устойчивое развитие региона.

Процесс регулирования туризмом в Чувашии представляет общие цели и направления работы Правительства Республики в его отношении, а программы и концепции развития туризма региона представляют действующие формы и методы регулирования туристской индустрии.

В соответствии с системным подходом развитие туризма в Чувашской Республике основано через планирование и реализацию конкретных мероприятий, разработанных в рамках ряда региональных стратегических документов. К таким документам республиканского уровня в области развития туризма относятся нормативно-правовые документы, представленные на рис. 19.

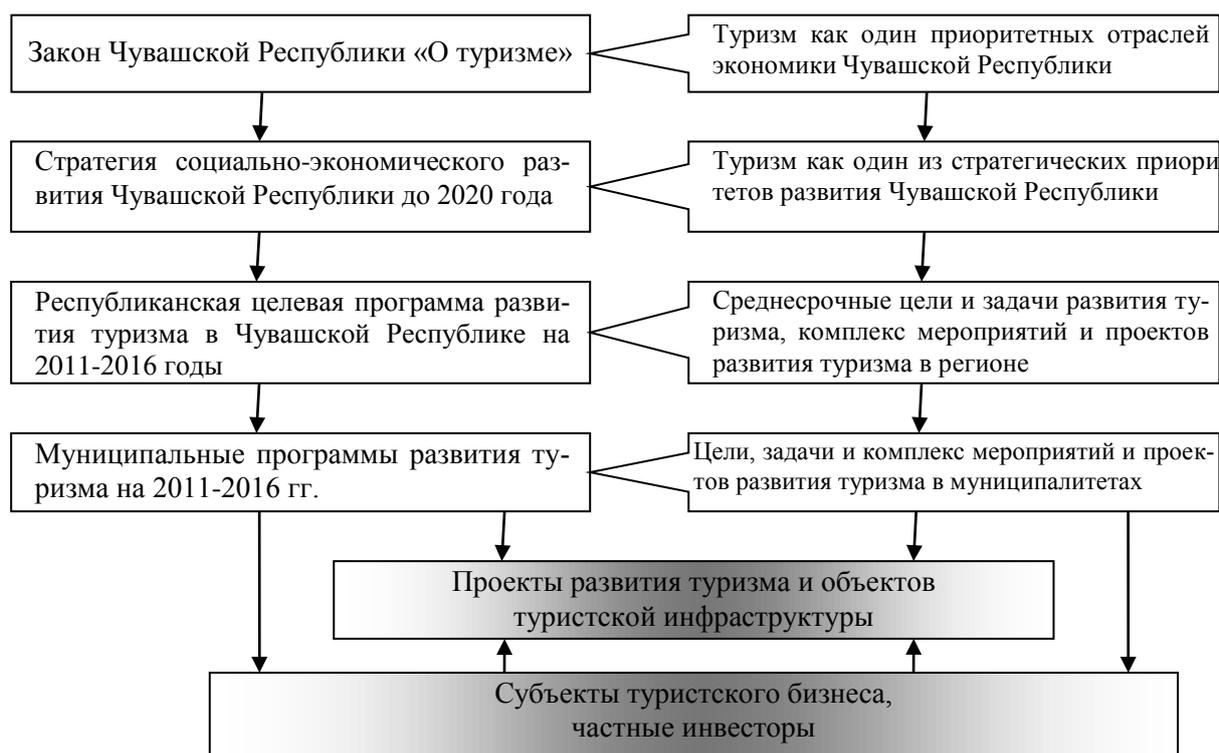


Рисунок 19 – Структура программно-целевого управления развитием туризма Чувашской Республики

Закон Чувашской Республики «О туризме» [4], являясь основой в республиканском законодательстве, который должен быть направлен на создание условий для интеграции Чувашской Республики как субъекта Российской Федерации в систему мирового туристского рынка и развития международного сотрудничества в области туризма, основанных на праве каждого человека на свободу передвижения, по мнению автора, с учетом понимания туризма как крупного туристско-рекреационного комплекса, нуждается в некоторых дополнениях, а именно:

- расширения понятийного аппарата с учетом специфики и приоритетных направлений развития туризма в Республике;
- расширения разделов в части государственной политики и государственного регулирования в сфере туризма, его целей и направлений государственного регулирования;
- расширения разделов, касающихся туристских ресурсов Чувашской Республики в части создания реестра туристских ресурсов Чувашской Республики, который определяет классификацию, оценку, картографические характеристики ресурсов и акваторий, порядок их выделения, эксплуатации и использования в целях туризма;

- расширение и конкретизация взаимоотношений с субъектами Российской Федерации в части координации деятельности в сфере туризма и продвижения чувашского туристского продукта на российском туристском рынке, разработки и реализации комплексных программ развития туризма.

Несмотря на недоработки республиканского закона, он существует, соответствует федеральному законодательству и регулирует отношения в сфере туризма в регионе.

Кроме того, в ходе программно-целевого регулирования в Республике в настоящее время реализовываются: «Программа развития туризма в Чувашской Республике на 2011-2016 гг.» [11], а на местном уровне – муниципальные подпрограммы [9, 7, 8] (Рис. 20).

При разработке «Программы развития туризма в Чувашской Республике на 2011-2016 гг.» были использованы следующие методологические подходы:

- параллельная разработка общей республиканской программы и районных программ развития туризма;
- комплексный анализ всех смежных отраслей туристской сферы;
- разработка отдельных программ по социально значимым направлениям туристской сферы.

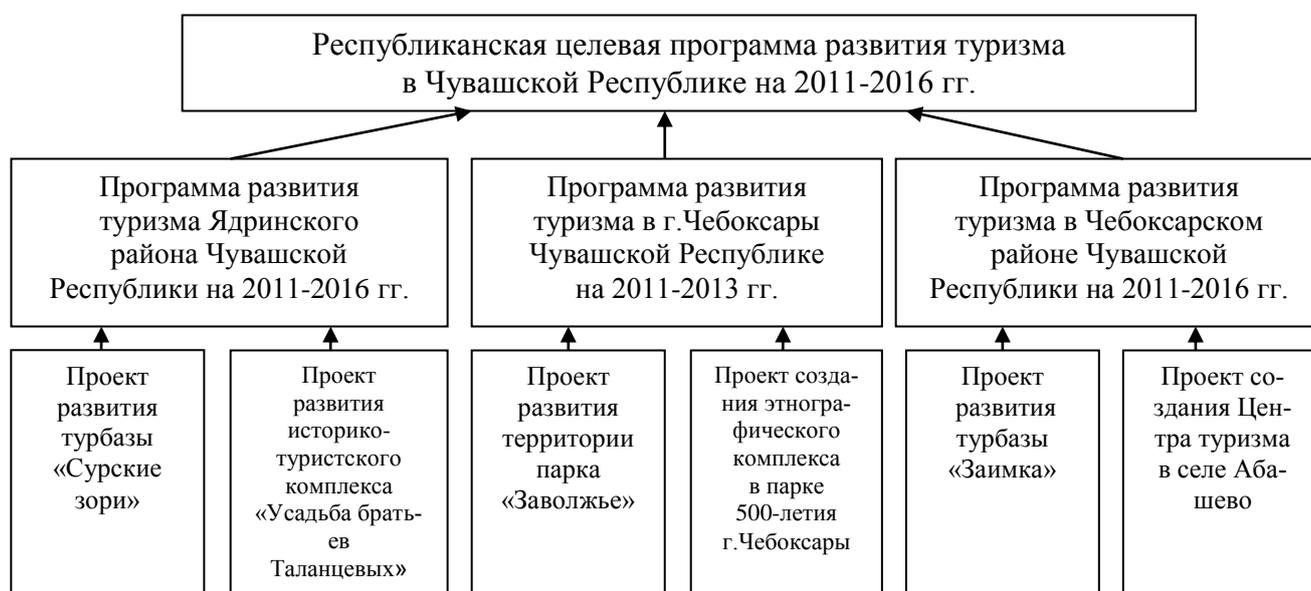


Рисунок 20 – Комплексность региональных государственных и муниципальных программ

Основные задачи Программы ориентированы на: создание условий для эффективного развития туристской отрасли; развитие и совершенствование инфраструктуры туризма, в том числе сопутствующей; формирование туристского продукта, обеспечивающего позитивный имидж Чувашской Республики на туристском рынке; продвижение туристских ресурсов Чувашской Республики на российский и международный туристские рынки; повышение качества туристских и сопутствующих услуг в соответствии с принятыми стандартами; развитие взаимовыгодных межрегиональных и международных туристских связей; создание условий для возрождения, развития и освоения новых туристских ресурсов Чувашской Республики; развитие приоритетных направлений туристской отрасли Чувашской Республики, в том числе сельского туризма.

Реализация Программы позволит Чувашской Республике: сформировать на территории Республики современную конкурентоспособную туристскую отрасль; создать условия для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристско-рекреационных услугах, повысить качество жизни населения; повысить уровень доходов населения; увеличить доходную часть республиканского и местных бюджетов Чувашской Республики за счет развития туристской отрасли в Республике, притока инвестиций в туристскую отрасль; создать новые рабочие места; сохранить и рационально использовать культурно-историческое и природное наследия Чувашской Республики.

В 2007 г. Приказом Минспорта Чувашии в Республике создан Координационный Совет по развитию туризма при Министерстве по физической культуре, спорту и туризму Чувашской Республики. Совет участвует в разработке проектов республиканских программ по развитию туризма в Чувашской Республике; занимается анализом и координацией целенаправленного участия в туристической отрасли государственных органов власти и местного самоуправления, организаций всех форм собственности; содействует развитию въездного и внутреннего туризма в Чувашской Республике и формированию высокоэффективного туристского комплекса Республики.

Следует отметить, что государственное регулирование туризма в Республике, реализуемое функционированием Координационного Совета, на наш взгляд, не является эффективным. Поскольку Совет выполняет лишь совещательные функции, а региональные органы власти не признали туризм как самостоятельный экономический сектор.

На практике система организации туризма в Чувашской Республике относит его к сфере общественной деятельности, такой как дела физической культуры и спорта.

По нашему мнению, реорганизация структуры управления туризма Чувашской Республики способствовала бы интенсивному его развитию, что позволило бы подчеркнуть социально-экономическое значение туризма и его бюджетообразующую функцию.

Анализируя российскую структуру управления туризма, которая говорит о том, что регулирование туристской деятельности в субъектах Российской Федерации может осуществляться в основном региональными министерствами, комитетами по физкультуре, спорту и туризму, для Чувашской Республики можно рекомендовать следующее:

1. Разделить полномочия заместителей министра по физической культуре, спорту и туризму Чувашской Республики по сферам деятельности:

- Первый заместитель министра по физкультуре, спорту и туризму Чувашской Республики (по вопросам развития физической культуры, спорта);

- Заместитель министра по физкультуре, спорту и туризму Чувашской Республики (по вопросам развития туризма, санаторно-курортного дела и гостиничного хозяйства);

2. Создать Департамент туризма при Министерстве по физкультуре, спорту и туризму Чувашской Республики. Для эффективной работы в составе департамента необходимо создать 2 сектора:

- сектор организации туристской деятельности и имиджевой политики, в функции которого будут входить формирование нормативно-правовой базы, координация деятельности государственных органов и предприятий туризма Республики, продвижение Чувашии на внутреннем и международном туристских рынках.

- сектор стратегического планирования туризма и стимулирования инвестиций в туризм, который наделить функциями сбора, обработки и анализа статистики туризма, разработки на этой основе перспективных планов, прогнозов, проектов развития туризма в Чувашии, развитие материально-технической базы.

Создание этих двух отделов связано с необходимостью решения наиболее острых проблем развития туризма в Чувашской Республике.

3. Отдел оздоровительно-организационной работы оставить в струк-

туре Министерства, но перенести под ведомство Первого заместителя министра по физкультуре, спорту и туризму Чувашской Республики (по вопросам развития физической культуры, спорта). В его задачах останутся вопросы по регулированию деятельности в сфере физической культуры и спорта.

4. Координационный Совет по развитию туризма в Чувашии наделить регулируемыми функциями, для этого создать в его рамках следующие тематические комиссии:

- Комиссия по организационно-правовому обеспечению и безопасности туризма. В состав Комиссии по организационно-правовому обеспечению и безопасности туризма включить специалистов органов государственного управления Чувашской Республики, юристов и депутатов Законодательного собрания ЧР. Комиссия будет заниматься рассмотрением и разработкой мер по решению ключевых вопросов совершенствования нормативно-правовой базы в сфере туризма; разработкой правил и рекомендаций в области регулирования туризма; разработкой предложений по совершенствованию условий и режимов землепользования в республике с учетом туристской специфики; разработкой предложений по внедрению и адаптации международных стандартов туристского сервиса, систем международной добровольной сертификации на территории Республики; решением вопросов безопасности туристов и повышения качества услуг в Чувашии.

- Комиссия по взаимодействию с органами местного самоуправления по вопросам развития туризма, в состав которой включить специалистов министерств и ведомств Чувашской Республики (Минэкономразвития ЧР, Минсельхоз Чувашии и др.), представителей муниципальных образований. К компетенции комиссии будут относиться рассмотрение вопросов, связанных с координацией решений, действий и планов Минспорта Чувашии и муниципальных образований в сфере развития туризма; со строительством объектов туристской инфраструктуры в рамках муниципальных образований и реализацией туристских проектов; привлечением инвестиций в создание локальных туристских комплексов; согласованием интересов органов местного самоуправления, органов государственной власти ЧР и потенциальных инвесторов при реализации туристских проектов, строительстве объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры; координацией деятельности и решений органов местного самоуправления при реализации республиканских и межрегиональных туристских проектов.

- Аналитическая экспертная группа. В состав группы включить специалистов Минспорта Чувашии, специалистов в области туризма и ученых. Данная структура будет выполнять следующий комплекс аналитических работ: анализ и оценка состояния и тенденций развития туризма, осуществление мониторинга развития туризма в республике; рассмотрение и экспертиза бизнес-планов и инвестиционных предложений в области развития туризма в республике; подготовка различной технико-экономической документации по реализации туристских проектов (инвестиционных обоснований, бизнес-планов, инвестиционных предложений и др.); экспертиза и оценка результативности реализации программ, проектов и мероприятий в сфере туризма, выработка рекомендаций по их корректировке.

На рис. 21 отражена предлагаемая структура государственного управления туризмом в Чувашской Республике.



Рисунок 21 – Предлагаемая структура государственного регулирования развития туризма в Чувашской Республике

Поскольку в современных условиях необходимо формирование новой области управленческой деятельности, то есть стратегического управления развитием туризма региона, то реализация данных методов существенно повысит эффективность управления развитием туризма региона, будет способствовать его совершенствованию. Формирование совершенной системы государственного регулирования туризма в Чувашской Республике за счет усиления масштабов и уровня управленческого воздействия на отрасль позволит создать действенный механизм развития туризма повысить конкурентоспособность региона на внутреннем и международном рынках сферы туризма.

Также в сфере туризма решающее значение приобретает качество маркетинговых коммуникаций, то есть система продвижения продукта на рынок. Сущность маркетинга сельского туризма сводится к следующим критериям:

во-первых, поиск таких потребительских качеств имеющегося туристического продукта, которые бы заинтересовали потенциальных потребителей;

во-вторых, поиск тех потенциальных потребителей, которые готовы и с удовольствием будут потреблять имеющийся сельский туристский продукт в том виде, в котором он существует.

Сельский житель не способен самостоятельно осуществлять маркетинговые мероприятия по продвижению своего продукта на рынок, а знание правил приема гостей, их нужд и потребностей и умение их удовлетворить как можно быстрее и лучше, становится необходимым каждому владельцу сельского гостевого дома. Эта проблема является одной из самых важных целей объединения усилий владельцев гостевых домов путем образования общественных организаций. В первую очередь, речь идет о создании сельских туристско-информационных центров. Основной задачей центров станет аккумуляция предложений для туристов в плане размещения, событийных мероприятий, туристских достопримечательностей и доведение их до туристических фирм и непосредственных потребителей.

На региональном уровне маркетинг в сельском туризме призван регулировать туристический спрос, цены, рекламную деятельность, улучшать знания населения о своем крае.

На уровне индивидуального заказчика маркетинг в сельском туризме выполняет следующие функции:

- формирование лучших потребностей туристов;

- убеждение о целесообразности пользования услугами гостевого дома;
- формирование потребности в частичном применении услуг гостевого дома;
- мотивирование относительно пользования услугами на постоянной основе.

Маркетинговая стратегия по развитию сельского туризма в Чувашской Республике должна строиться, исходя из следующих предпосылок:

- Чувашская Республика обладает богатым историческим и культурным наследием, здесь находятся большое количество исторических и культурных памятников архитектуры;

- самобытная культура и традиции, а в отдельных районах – заповедная зона парков, в которых имеется богатство и разнообразие редких и исчезающих видов растительного и животного мира, занесенных в Красную Книгу Российской Федерации и Чувашской Республики, отличают Чувашию от других регионов России и придают ей особую «изюминку».

- уникальная природная среда и природно-климатические условия позволяют создать качественные условия для отдыха в сельской местности.

Исходя из вышесказанного, можно ответить на вопросы, касающийся ожиданий туристов от сельского туризма и выделить мотивы их выбора отдыха в сельском гостевом доме, которые отражены на рисунке 22.

Главной задачей владельцев сельских гостевых домов в данном случае становится обеспечить максимально высокий уровень услуг, на какой только они могут быть способны. Качество предоставляемых услуг – важная задача, решение которой предполагает высокую степень контакта между хозяином и гостями. Определяется качество обслуживания тем, насколько удовлетворены потребности гостя. Если владелец сельского дома сумел превысить ожидания гостя, то он будет возвращаться в этот дом снова и снова. По этой причине практически в каждой стране, где развит гостевой сельский туризм, приняты классификации гостевых домов.

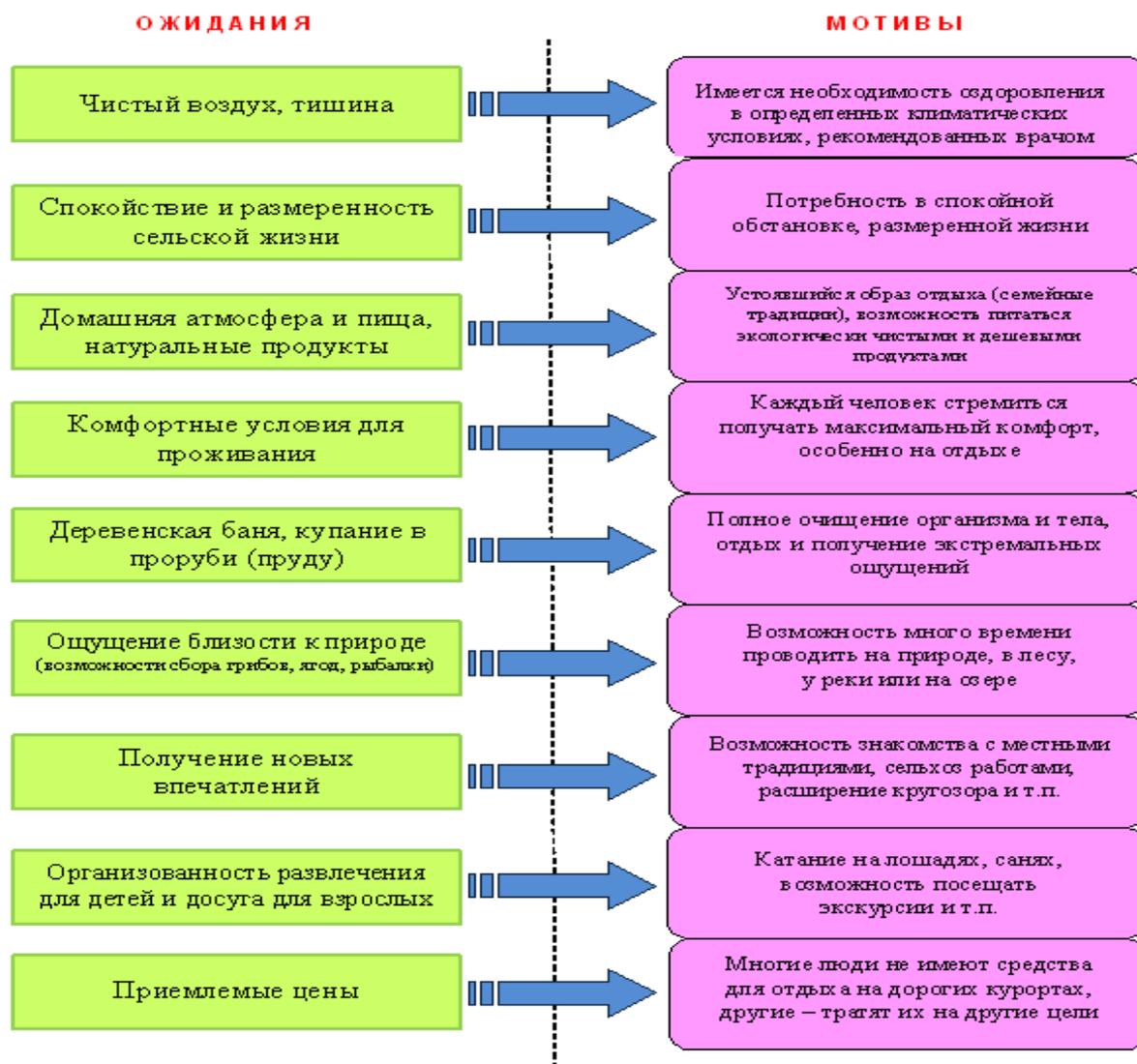


Рисунок 22 – Ожидания туристов от сельского туризма и мотивы их выбора

Например, в Ирландии – это маленькие частные отели (guest houses, farm houses, country houses) К категории ирландского гостиничного хозяйства «Гостевые дома» относятся собственное семейное жилье, расположенное как в старинных георгианских, так и в современных зданиях. Обычно предлагается от пяти, и более, номеров. В этой категории жилья господствует домашняя атмосфера, и индивидуальный подход к клиентам, в соответствии с уровнем предоставляемого сервиса. Все это жилье зарегистрировано, периодически проводятся инспекторские проверки на предмет соответствия мировых стандартов, включая психологическую атмосферу, соответствующие уровни предоставляемого сервиса. Классификация гостевых домов имеет категорию от 1 до 4 звезд.

В Великобритании до 2006 года не было единой официальной системы классификации отелей. В Англии и Шотландии действовали две разные добровольные системы. Английский Совет по Туризму (ЕТС) ориентировался на систему присуждения звезд от 1 до 5 отелям полного сервисного обслуживания, основываясь на качестве и предлагаемых удобствах. Гостевым домам, отелям системы «Bed and Breakfast» (или B&B), что переводится с английского как «Ночлег и завтрак» присуждались алмазы («Diamonds») от 1 до 5 в зависимости от их качества. Совет по Туризму Шотландии присуждал звезды отелям всех типов, ориентируясь только на их качество. Уэльс придерживался такой же системы классификации, что и Англия, только для ротации гостевого размещения использовались звезды, а не алмазы. Отели, которые не участвовали в этих добровольных системах ранжирования, обычно присваивался статус, в зависимости от их тарифов, удобств и качества.

С 2006 года на всей территории Великобритании введена единая схема классификации отелей по звездности. Категория «Гостевое размещение» подразделяется на подтипы – B&B, Inn, гостевой дом (guest house), размещение на базе фермы (farm house), ресторан с комнатами, гостевое размещение. При присуждении звезд в этой категории большее внимание уделяется качеству сервиса, а не количеству удобств и дополнительных услуг.

В Литве символом категории гостевого дома является «Аист» и гостевой дом, в зависимости от принятых критериев, может получить от 1 до 4 «Аистов».

В Турции клубные гостевые дома (Holliday Village) делятся на HV1 и HV2. А в Греции класс отелей обозначается латинскими буквами: De Luxe схож гостевому дому 4-5*, А - гостевому дому 3-4*, В - гостевому дому 2-3*, С - гостевому дому 1-2*.

В настоящее время проблема классификации средств размещения постоянно находится в центре внимания специалистов туристской отрасли и в России. В соответствии с Постановлением Госстандарта РФ от 26 июня 2003 г. № 205-ст «Об отмене государственного стандарта» государственный комитет РФ по стандартизации и метрологии постановил отменить государственный стандарт РФ ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц». И по распоряжению Правительства РФ от 15 июля 2005 г. № 1004-р в соответствии с Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регу-

лировании» Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии издало приказ от 5 июля 2006 г. № 129-ст «О прекращении применения межгосударственного стандарта», в ходе которого:

1. прекращено применение на территории Российской Федерации Межгосударственного стандарта ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

2. введен «Порядок классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи», утвержденная Приказом Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 25.01.2011 N 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

Но под существующий Порядок классификации практически не представляется возможным провести сельские гостевые дома. Поэтому многие регионы России предлагают свою систему классификации, отличную от общепринятого стандарта для гостиниц и других средств размещения.

Например, Ёлочка – это знак классификации гостевых домов, принятых в Бурятии (от 1 до 4 ёлочек).

Для Чувашии можно предложить в качестве знака классификации сельских гостевых домов «Уточки» (от 1 до 4 уточек).



Рис. 23. Герб города Чебоксары

Уточки присутствуют на гербе города Чебоксары – столицы Чувашской Республики. К тому же, символ «Пять серебряных уток» — эмблема, дарованная императорским указом⁵ в 1783 году, означает: «В верхней части щита герб Казанский. В нижней — пять летящих, в золотом поле уток в знак того, что в окрестностях сего города оных очень изобильно». Согласно правилам геральдики символ «Пять летящих конвертом уток» не подлежат замене и изменению. Этот неповторимый символ

в мировой геральдике, означает стремление к свободе, инициативе и проявления достижения поставленных целей.

Более того, издревле на Руси утки считались символом домашнего очага и олицетворяли достаток. Поэтому для владельцев сельских гостевых домов Чувашии «уточка» станут символом домашнего уюта и госте-

⁵ С 28 июня 1762 по 6 ноября 1796 г. Правителем Российского государства была императрица Екатерина II Великая.

приимства, а также обогащения и удачного бизнеса.

Для классификации типа обслуживания, в соответствии с особенностями гостевого сельского туризма Республики можно применять систему, распространенную во всем мире – «Bed and Breakfast». Для многих гостей важно то обстоятельство, что расписание завтрака не фиксировано, как в обычных гостиницах и может быть перенесено даже на обеденное время. За дополнительную плату можно договориться с хозяином об обеде и ужине, а также получить некоторые другие услуги (например, угощение ягодами малины непосредственно с куста, приобретение изделий местных народных промыслов и т.д.). Спектр дополнительных платных услуг зависит от текущего спроса со стороны клиентов и от конкуренции в этом сегменте туристско-гостиничного рынка. Например, один из членов семьи (владеющий или изучающий иностранный язык) за умеренную плату может стать переводчиком или гидом для иностранных туристов.

Для эффективной реализации выбранной стратегии необходимо совершенствование системы государственного регулирования туризма в Чувашской Республике, в первую очередь за счет усиления масштабов и уровня управленческого воздействия на отрасль, и создание действенного механизма финансирования развития туризма.

В целом, работы по развитию сельского туризма в Чувашской Республике близки по объему и направленности и включают работы по развитию туристской инфраструктуры, изготовление обучающих, интерпретивных, картографических и рекламно-маркетинговых материалов, проведение конференций и семинаров для владельцев гостевых домов.

Поэтому, для успешного развития сельского туризма в Чувашской Республике необходимо разработать механизм поэтапного развития, где необходимо предусмотреть такие вопросы, как: привлечение инвестиций, возрождение и развития местных ремесел, вовлечение частного жилого фонда в обслуживание туристов, возрождение и использование в гостевом обслуживании местных фольклорных и культурных традиций, микрокредитование, использование экологического и туристского потенциала района, обеспечение безопасности туристов во время отдыха и др.

В настоящее время актуальными остаются всего несколько источников финансирования для развития туризма, за счет которых может развиваться сельский туризм в Чувашской Республике (см. Рис. 24):

1. Государство – финансирование целевых программ развития туризма, источником финансирования которых являются средства бюджета

(федерального, республиканского, муниципального)

2. Финансовые институты:

2.1. Национальный проект «Развитие АПК Чувашской Республики» (льготные кредиты «Россельхозбанка»). Банковские льготные кредиты для малого предпринимательства.

2.2. Инвестиционные фонды – инвестирование, источником финансирования которых являются средства пайщиков.

3. Частные инвесторы – инвестирование, источником финансирования которых являются собственные средства.

4. Фонды развития отрасли – конкурсы, гранты, источником финансирования которых являются средства.

Данные инструменты и источники финансирования направлены на развитие сельского туризма в Чувашской Республике, в результате чего получается готовый продукт:

- Обустроенные гостевые дома;
- Развитие инфраструктуры сельского поселения;
- Занятость населения;
- Дополнительный источник дохода;
- Возрождение культурных традиций, фольклора.

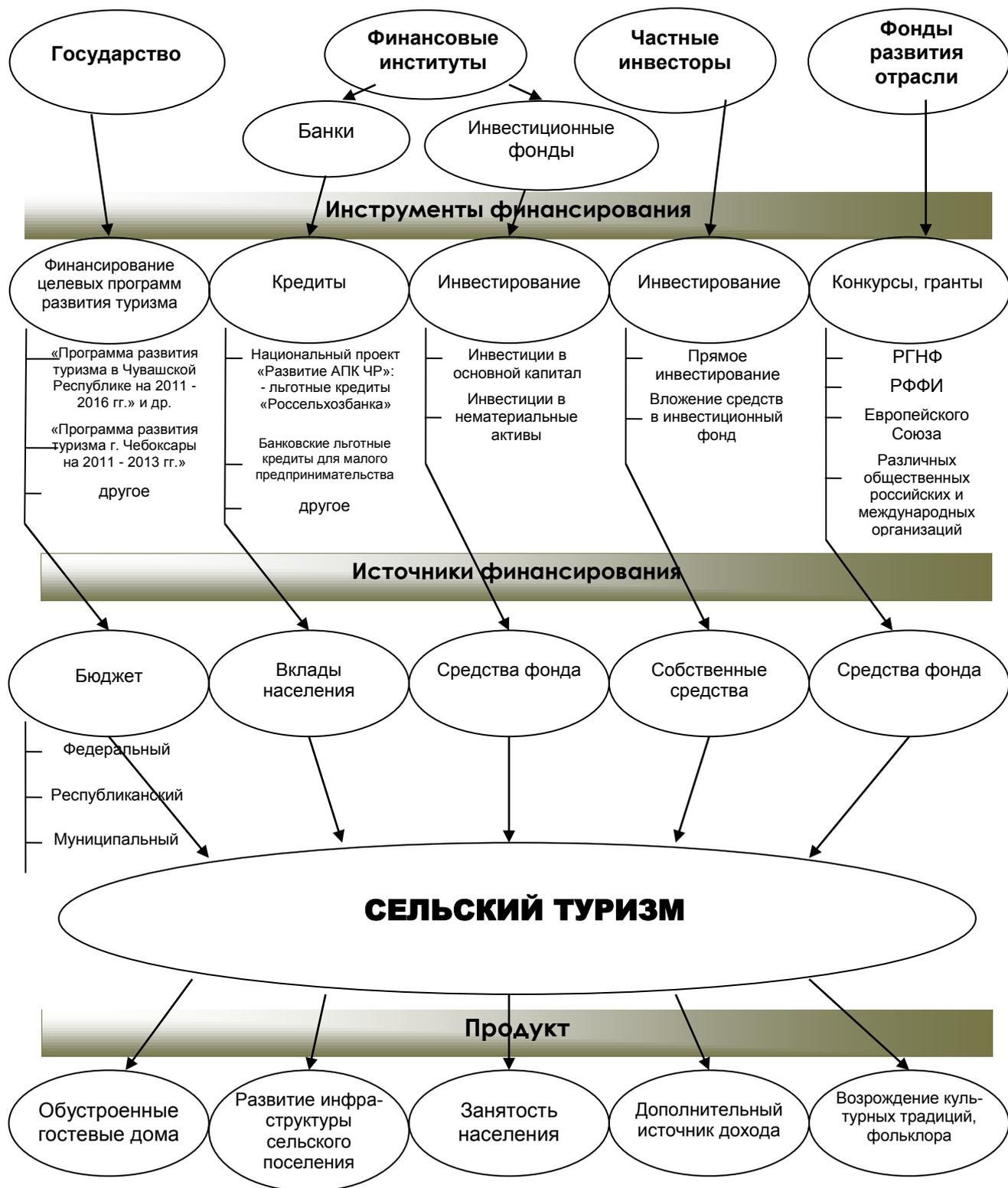


Рисунок 24 – Механизм развития регионального сельского туризма

Сложности в организации сельского туризма начинаются, как правило, на этапе поиска источников финансирования. Поэтому владельцам сельского гостевого дома предоставляется возможность получить государственное субсидирование за счет включения проектов сельского туризма в Республиканскую целевую программу, т.к. границы государственного содействия для крестьянско-фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей, занятых в сфере организации сельского туризма ограничены программно-целевыми методами, которые направлены на государственную поддержку, в том числе, и агропромышленного комплекса в Чувашской Республике. При этом минимальные необходимые вложения соискатель должен вложить самостоятельно, только в этом случае имеет возможность получить субсидирование.

Помимо включения в государственную целевую программу, имеется возможность получения финансирования по линии Минсельхоза России, - это предоставление субсидируемых кредитов на развитие несельскохозяйственных видов деятельности в сельской местности в рамках государственной программы развития сельского хозяйства. В данном случае к несельскохозяйственным видам деятельности относятся сельский туризм, сельская торговля, народные промыслы и ремесла, бытовое и социально культурное обслуживание сельского населения, заготовка и переработка дикорастущих плодов и ягод, лекарственных растений и другого недревесного сырья.

Подобные кредиты предоставляются на срок от 2 до 5 лет на возмещение части затрат по уплате процентов по кредитам и займам, полученным личными подсобными хозяйствами, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и сельскохозяйственными потребительскими кооперативами на развитие несельскохозяйственной деятельности. Размер государственного субсидирования составляет 95 процентов от ставки рефинансирования (в настоящее время она составляет 8,25%) центрального банка Российской Федерации, действующей на дату заключения договора кредита (займа), но не более фактических затрат на уплату процентов по кредиту (займу). Это означает, что если ставка по кредиту составляет 14 процентов годовых, то фактически придется заплатить чуть больше 6 процентов, остальное погашает государство. Более того, по согласованию с банком, возможна отсрочка выплаты по кредиту на срок от одного до двух лет, а также имеется возможность погашать задолженность по кредиту либо ежемесячно, либо ежеквартально, либо раз в полгода.

Документы, необходимые для получения кредита:

- паспорт,
- заявление-анкета на получение кредита (заверение не требуется),
- выписка из похозяйственной книги;
- документы, подтверждающие доход (не обязательно). Для работающих – справка по форме 2 НДФЛ, для пенсионеров — справка из пенсионного фонда о назначенной пенсии. Либо документы, подтверждающие доход от ведения личного подсобного хозяйства.

За получением субсидии нужно обращаться в органы управления агропромышленного комплекса (АПК) субъектов Российской Федерации, в которых фермер решил организовывать (или уже начал развивать) свое хозяйство. В Чувашской Республике данным органом выступает Министерство сельского хозяйства Чувашской Республики. Схема прохождения процедуры субсидирования представлена в соответствии с Рисунком 25.



Рисунок 25 – Схема субсидирования процентов по кредитам ЛПХ [28]

Для получения субсидии необходимо сдать следующие документы:

- выписка из похозяйственной книги об учете личного подсобного хозяйства заемщика,

- справка налогового органа об отсутствии у заемщика просроченной задолженности по налоговым и иным обязательным платежам (кроме граждан, ведущих личное подсобное хозяйство),
- заверенная банком копия кредитного договора (договора займа),
- выписка из ссудного счета заемщика о получении кредита или документ, подтверждающий получение займа,
- график погашения кредита (займа) и уплаты процентов по нему,
- документ с указанием номера счета заемщика, открытого ему в российской кредитной организации для перечисления субсидии.

Все необходимые документы для субсидирования от имени заемщика может предоставить банк, в котором брался кредит. [59]

Гостевые дома обеспечивают занятость населения, что в условиях сельской местности имеет большое социально-экономическое значение. Привлечение иностранных туристов дает дополнительный источник дохода для учителей школ, знающих иностранный язык.

Привлекательность сельского гостевого дома во многом определяется ценами на размещение. В любом случае она должна быть конкурентоспособна по сравнению с другими предложениями. При этом качество услуг должно соответствовать запросам и ожиданиям клиентов.

Если в населенном пункте нет гостиниц, владельцы гостевых домов могут устанавливать монопольную цену на размещение и другие услуги. В этом случае следует найти оптимум в соотношении «цена - качество услуг». Ошибаются те владельцы гостевых домов, которые полагают, что при устойчивом потоке туристов наличие нескольких средств размещения отнимает у них определенную часть дохода. Клиенту необходимо предоставлять свободу выбора, и это один из важнейших факторов его привлечения. Если же у владельцев гостевого дома существует договоренность о единой монопольной цене, а предоставляемые услуги отличаются низким качеством, в конечном итоге произойдет снижение спроса и перераспределение туристов в другие районы.

Наполняемость всех средств размещения и гостевого дома в том числе, выражаемая «процентом загрузки», может сильно колебаться в зависимости от сезонности, изменения экономических, политических и прочих факторов. Такая неравномерность работы может повысить цены на размещение, так как даже свободные от клиентов номера требуют финансового обеспечения для их нормального функционирования (отопление, загрязнение и износ оборудования). В отличие от гостиниц, частные дома,

включенные в систему гостевых домов, выполняют свою основную функцию – жилища для конкретной семьи.

Единая международная унифицированная система ценообразования в современном туристско-гостиничном бизнесе отсутствует. Стоимость проживания в гостевых домах разных категорий качества обслуживания в разных странах и населенных пунктах в одной стране имеет разные оценки.

В целом, величина цены на размещение туристов в сельском доме, определяется исходя из себестоимости турпродукта и спросом на него.

Себестоимость туристского продукта – это стоимостная оценка используемых в процессе производства и продажи турпродукта материальных и иных ресурсов, а также других затрат на его производство и продажу.

Стоимость стандартного пакета услуг гостевого дома состоит из пяти основных факторов, которые отображены в соответствии с Рисунком 26.



Рисунок 26 – Основные факторы, составляющих стоимость пакета услуг

Месторасположение. Наибольшим спросом характеризуются гостевые дома, расположенные в центре населенных пунктов вблизи от транспортных узлов (железнодорожных станций, вокзалов, автобусных, трамвайных и троллейбусных остановок и т.д.). Кроме того, близкое расположение к центрам торговли, местам массовых спортивных и культурно-развлекательных мероприятий также повышает стоимость проживания в городских гостевых домах.

Для городских гостевых домов следует особо подчеркнуть, что квартира на верхних этажах с хорошим видом на окружающую среду при наличии лифта будет пользоваться повышенным спросом. В сельской местности данный фактор играет несколько меньшую роль.

Качество оказываемых услуг. Иностранцы туристы значительное внимание уделяют качеству оказываемых платных услуг. Чем качественнее хозяйство гостевого дома отвечает нормативным архитектурно-планировочным и санитарно-гигиеническим характеристикам, тем стоимость пакета услуг гостевого дома будет выше.

Квалификация персонала. Стоимость услуг гостевого дома, которые предоставляются подготовленным и опытным персоналом, обычно выше. Персонал гостевого дома должен уделять особое внимание качественному обслуживанию гостей. Желательно, чтобы хотя бы один из членов семьи, владеющий и управляющий гостевым домом, владел английским языком на уровне свободного общения. Чем лучше персонал понимает нужды и желания клиента, тем больше удовлетворения от поездки и проживания в данном гостевом доме получает клиент, и, следовательно, больше денег он может затратить на оплату предоставленных услуг.

Сезонность прибытий. Привлекательные туристские районы весьма отличаются различной сезонностью прибытий туристов. Например, наибольший пик пребывания в Чувашской Республике приходится на июль-август и первую декаду сентября. В свою очередь, зимой и в межсезонье цены на турпакеты снижаются. Поэтому зимой и весной некоторые предприятия туристской индустрии, в том числе и гостиницы (кроме ресторанов), стараются уравновесить спрос путем введения гибкой системы тарифов для поддержания хотя бы минимального числа обслуживаемых туристов. В системе гостевых домов сезонность прибытий также должна играть значительную роль в ценообразовании.

Рыночная оценка мест прибытия туристов. В данном случае за фактор берется коэффициент, выражаемый отношением количества иностранных туристов, посещающих определенную местность в год, и валовой суммы денег, затрачиваемой туристом в данной местности за одну поездку. В каждой стране этот коэффициент различен из-за отличий в уровне развития транспортной и обслуживающей инфраструктуры, а также уровня жизни населения.

Таким образом, цена на услуги при размещении в гостевом доме должна включать:

- стоимость сырья (продуктов для приготовления пищи и прочее), текущие расходы на производство, реализацию и продвижение услуг, прибыль;
- косвенные налоги по отдельным видам услуг (НДС, акцизы, таможенные пошлины и пр.).

При определении цены на услуги гостевого дома должны быть соблюдены следующие принципы:

- цена должна возместить владельцу гостевого дома затраты на производство, реализацию и обеспечить такой размер прибыли, который позволит ему работать по принципу самофинансирования;
- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью;
- цена должна быть гибкой.

Калькуляция стоимости проживания для туристов в гостевом доме определяет затраты на добычу, изготовление, переработку, приобретение ценностей, предоставление услуг, а также – выручку от их продажи.

Каждой из отраслей присущи свои особенности формирования себестоимости выпускаемой продукции или оказываемых услуг. Туроператоры используют «Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью» (Приказ Госкомитета РФ по физической культуре и туризму от 04.12.1998 г. № 402). Для турагентов, предприятий общественного питания и торговли – «Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания» (Приказ Комитета РФ по торговле от 20.04.1995 г. № 1-550/32-2).

У туроператоров объектом калькулирования себестоимости является отдельный туристский продукт. В его себестоимость включаются затраты, непосредственно связанные с его производством, продвижением и продажей.

Затраты туристской организации по отношению к производственному процессу подразделяются на производственные (производство турпродукта) и на расходы на продажу (продвижение и продажа турпродукта на рынке).

Производственные затраты. Прямые затраты прямо и непосредственно включаются в себестоимость калькулируемого турпродукта (мате-

риалы, потребляемые при создании турпродукта, услуги, включаемые в конкретный турпродукт, заработная плата). Косвенные затраты относятся к деятельности туристской организации в целом, связаны с организацией и управлением производством турпродукта и распределяются между объектами калькулирования по специальным методикам.

Затраты на производство туристского продукта группируются по основным элементам:

- материальные затраты;
- затрата на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты (почтово-телеграфные, телефонные, командировочные и др.).

Элементы материальных затрат отражают только купленные материалы. Такая группировка позволяет проводить анализ себестоимости турпродукта, - полученные цифры показывают соотношение различных затрат в общей себестоимости.

Расходы на продажу. Чтобы управлять коммерческими расходами, необходима их подробная детализация.

Например, это могут быть затраты, связанные с деятельностью точек реализации (турагентов) в качестве подразделений туристской организации (оплата труда и отчисления на социальное страхование; служебные разъезды; содержание и эксплуатация помещений и оборудования, амортизационные отчисления, приобретение специальных бланков и пр.); затраты на комиссионные, агентские и иные вознаграждения сторонним организациям; затраты на оплату труда работников, занимающихся продвижением турпродукта, а также отчисления на социальное страхование; затраты на рекламу (разработка и издание рекламных изделий, эскизов, этикеток и рекламных сувениров, хранение, экспедирование и таможенное оформление рекламных материалов и пр.); затраты на организацию и участие в выставках.

Методические рекомендации, утвержденные для туристической отрасли, применимы лишь для фирм-туроператоров. Фирмы-турагенты и те, кто занимается иной сбытовой или посреднической деятельностью, применяют «Методические рекомендации для предприятий торговли и общественного питания». Если турфирма одновременно является турагентом и туроператором, - себестоимость турпродукта будет формироваться по-

разному и должен быть обеспечен отдельный учет по видам деятельности. При осуществлении деятельности, облагаемой разными налоговыми ставками, необходимо вести отдельный учет по этим видам деятельности. Туристический продукт формируется из различных элементов, а стоимость может колебаться в зависимости от класса обслуживания, времени года и других факторов.

Оптимальными Методическими рекомендациями по калькулированию себестоимости турпродукта признан способ учета прямых затрат по отдельным турпродуктам, проводимый на основании первичных документов. Косвенные расходы учитываются отдельно и относятся к себестоимости созданных турпродуктов пропорционально выбранной базе. Предполагается использование трех методов:

- пропорционально прямым затратам по объекту учета;
- пропорционально размеру фонда оплаты труда работников, включаемому в затраты по объекту учета;
- пропорционально плановой себестоимости объектов учета.

Подведение итогов происходит только после выполнения заказа. До этого все затраты считаются незавершенным производством. Этот метод позволяет выделить и индивидуализировать отдельный турпродукт, выяснить время его создания и себестоимость.

В заключение следует добавить, что если грамотно определить задачи развития сельского туризма в Республике, посредством формирования образа Чувашской Республики как привлекательного региона для привлечения туристов, это позволит развивать внутренний и въездной туризм. К тому же, в условиях увеличивающейся распространенности и общедоступности сельского туризма во всем мире у Чувашии есть все шансы на привлечение туристов не только внутри страны, но и из-за рубежа, что в свою очередь будет способствовать увеличению финансовых поступлений в экономику Республики.

Таким образом, активное развитие сельского туризма поможет не только решению задач, стоящих перед селом, но и созданию конкурентоспособного туристского продукта Чувашской Республики с учетом национальной неповторимости и самобытности.

Список используемой литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : принят ГД ФС РФ 21.10.1994 (с изм. и доп., по состоянию на 20 ноября 2013 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : Принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г. (с изм. и доп., по состоянию на 20 ноября 2013 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : принят ГД ФС РФ от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 02.11.2013). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. О туризме: Закон Чувашской Республики от 13 октября 1997 г. № 16. – Режим доступа: <http://gov.cap.ru/hierarchy.asp?page=../21/19461/663373>.

5. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 25 апреля 1997 г. № 490 (в ред. Постановлений Правительства РФ от 02.10.1999 № 1104, от 15.09.2000 № 693, от 01.02.2005 № 49).

6. Программа «Развитие сельского туризма в Мариинско-Посадском районе Чувашской Республики в 2003-2005 гг. и до 2010 г.».

7. Программа развития туризма в г. Чебоксары Чувашской Республики на 2011-2013 гг.: утверждена постановлением администрации города Чебоксары от 20.12.2010 г. № 253. – Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view/15231197/>.

8. Программа развития туризма в Чебоксарском районе Чувашской Республики на 2011-2016 гг.: принята Решением Собрания депутатов Чебоксарского района от 15.04.2011 г. № 05-02. – Режим доступа: <http://gov.cap.ru/hierarchy.asp?page=../5002/5128/27220/916534/1027700>.

9. Программа развития туризма Ядринского района Чувашской Республики на 2011-2016 гг.

10. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 декабря 2008 г. № 518-ст).

11. Республиканская целевая программа развития туризма в Чувашской Республике на 2011-2016 годы: принята Постановлением Кабинетом

Министров Чувашской Республики от 15.09.2010 г. № 298. – Режим доступа: <http://gov.cap.ru/hierarchy.asp?page=../5032/5040/759240/918804>.

12. Система классификации гостиниц и других средств размещения (утв. приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86 «Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения»).

13. Стратегия социально-экономического развития Чувашской Республики до 2020 года: принята. – Режим доступа: <http://www.businesschr.ru/2020/razdel1.htm>.

14. ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24.11.96 г. № 132-ФЗ.

15. ФЗ РФ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» от 11 июня 2003 года № 74-ФЗ.

16. ФЗ РФ «О личном подсобном хозяйстве» от 7.07.2003 года № 112-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 22.07.2008 N 141-ФЗ, от 23.07.2008 N 160-ФЗ, от 30.12.2008 N 302-ФЗ).

17. ISO 18513:2003 «Туристские услуги. Гостиницы и другие виды средств размещения туристов. Терминология».

18. Андреева К. Организация туризма в сельской местности / Материалы рабочей встречи участников проекта «Tempus: разработка образовательных программ по устойчивому сельскому туризму» (Франция, Анже). - М.: ГУУ, 2011.- 32 с.

19. Белова Н.М. Методы регулирования и функционирования туристско-рекреационных услуг на Европейском рынке / Региональная наука: VIII международная научная конференция молодых ученых 2 ноября 2007 г. / Сборник научных трудов. - М.: ЛЕНАНД, 2008.- 386 с.

20. Биржаков М. Б. Направления формирования правового регулирования туристской деятельности // Туристские фирмы. СПб.: Невский Фонд, 2005. Вып. 36 (4). С. 51-54.

21. Бородин А.Н. Формирование механизма управления сельской туристской дестинацией: автореф. дис. ... канд-та эконом. наук. Сочи, 2013.

22. Великобритания [Электронный ресурс] // Visit-Plus Туризм и путешествия // <http://www.visit-plus.com/ru/node/1078> (дата обращения 01.11.2013).

23. Великобритания [Электронный ресурс] // EUROGITES // www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=UK (дата обращения 01.11.2013)

24. Вести недели [Электронный ресурс] / <http://www.vesti7.ru/news?id=4449> [дата обращения 10.10.2013].

25. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие / Л.П. Воронкова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 304 с.

26. Голиков И.И. Деяния Петра Великого, мудрого преобразователя России. Тома 1-15. Ч. 5. – М.: Типография Н. Степанова, 1837-1841. - 906 с.

27. Голубков Е.П. Современные тенденции развития маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. — 2007. — № 4. — С. 9-17.

28. Господдержка гражданам, ведущим личное подсобное хозяйство [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Чувашской Республики: [сайт]. [2013]. URL: http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=16&id=178469&title=Gospodderzhka_grazhdanam_veduschim_lichnoe_podsobnoe_hozyajstvo.

29. Громов В.В. Воздействие туризма на развитие региона. - Петрозаводск: Скандинавия, 2003.

30. Европейская федерация сельского зеленого туризма «EUROGITES» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.eurogites.org> [Дата обращения 01.12.2013].

31. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2003.

32. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие / О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова; под ред. Н.И. Кабушкина. - М.: Новое знание, 2004.

33. Зверев Д. Усадьба в Калевале // Карелия: Общественно-политическая газета Республики Карелия. 2003. URL: www.gov.karelia.ru/Karelia/1307/29.html [дата обращения 21.10.2013].

34. Здоров А.Б. Организационно-экономические основы развития аграрного туризма: Дис. д-ра эконом. наук. — М., 2011. — 432 с.

35. Ичеткина В. Сельский туризм: спасти рядового агрария [Электронный ресурс] // Информационное агентство РосБизнесКонсалтинг : [сайт]. [URL]: <http://top.rbc.ru/economics/21/08/2012/665508.shtml> [дата обращения 01.11.2013].

36. Казьмина Е.Б. Развитие услуг сельского туризма в Российских регионах: автореф. дис. ... канд-та эконом. наук. М., 2012.

37. Карельское село развивает туризм [Электронный ресурс] // Петрозаводск.ru. [сайт]. [URL]: www.petrozavodsk.ru/news/60896.html [дата обращения 05.11.2013].

38. Кузнецов В.Ю. Кооперация в сельском туризме [Электронный ресурс] // Информационно-консультационная служба АПК Саратовской области : [сайт]. [2013]. URL: http://www.saratovagro.ru/left_links/area/novosti/kooperacia.php (дата обращения 20.11.2013).

39. Кузьменко Ю. У. Туризм: Экологический, Зеленый или сельский? [Электронный ресурс] // Туристическая библиотека. — URL: http://tourlib.net/statti_tourism/kuzmenko.htm (дата обращения 28.11.2013).

40. Макаров А.В., Рот Х.М. Журнал или Поденная записка, блаженные и вечнодостойныя памяти государя императора Петра Великого с 1698 года, даже до заключения Нейштатскаго мира: Напечатан с обретающихся в Кабинетной архиве списков, правленных собственною рукою его императорскаго величества. Ч 2. - Санктпетербург: При Имп. Акад. наук, 1772.

41. Материалы 11 сессии Генеральной Ассамблеи ВТО – Каир, 1996.- с.71.

42. Махновский Д.Е. Въездной туризм в Китае: современные проблемы и перспективы развития: сб. науч. тр. «Современные проблемы экономики и управления в сфере туризма» Вып. 1./ Редкол.: В.С.Боголюбов (отв. ред.) и др. – СПб.: СПбГИЭУ, 2006, с. 164-173.

43. Модели организации сельского туризма в странах Европы [Электронный ресурс] / Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан [сайт]. [URL]: <http://mdmst.tatarstan.ru/> [дата обращения 01.11.2013].

44. Национальная ассоциация сельского туризма [сайт]. [URL]: - Режим доступа: www.naturs.ru.

45. О истории туризма, путешествий и экскурсионной деятельности в России туризме [Электронный ресурс] // СВ-Астур: туристическая фирма: [сайт]. [2013]. URL: www.svastour.ru/tour-info.htm (дата обращения 17.02.2013).

46. Официальные данные статистики / Федеральная служба государственной статистики [сайт]. [2013]. [URL]: www.gks.ru.

47. Официальный сайт Ассоциации развития агротуризма [сайт]. [2013]. URL: www.agritourism.ru.
48. Петр Великий: воспоминания. Дневниковые записи. Анекдоты. - М.: Пушкинский фонд. Третья волна. 1993. - 446 с. — (Серия: Государственные деятели России глазами современников).
49. Письма русских государей и других особ царского семейства. Выпуски I и II. Т. 1. – М.: Типография С. Орлова, 1861. – 276 с.
50. Практическое пособие для владельцев гостевых домов в Тамбовской области (рекомендации по организации и работе). – Тамбов, 2010.
51. Развитие туризма в Мариинско-Посадском районе [Электронный ресурс] // Официальный сайт органа местного самоуправления Чувашской Республики. Мариинско-Посадский район Чувашской Республики [сайт]. [2013]. URL: www.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=70&id=1185929 [дата обращения 24.11.2013].
52. Рамбо А. Живописная история древней и новой России. - Москва: изд-во И.Д. Сытина, 1898. – 615 с.
53. Рубан В. Описание императорского столичного города Москвы. - СПб.: Изд-во при Артиллер. и инж. шляхетн. кад. корпусе, у содержателя типографии Х. Ф. Клеэна, 1781.
54. Саблуков Н. А. Записки о времени императора Павла и его кончине [Электронный ресурс] // Восточная литература : [сайт]. [2013]. URL: http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/Russ/XVIII/1780-1800/Sablukov_N_A/text1.htm [дата обращения 06.01.2013].
55. Сельский туризм [Электронный ресурс] // Википедия. [сайт]. [2013]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Сельский_туризм [дата обращения 20.11. 2013].
56. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400 с.: ил.
57. Сизых А.А. Значение сельского туризма в устойчивом развитии сельских территорий России. // Сборник материалов пленарного заседания Всероссийского совещания «Основные возможности, приоритеты и направления в развитии сельского туризма в Российской Федерации», проведенного в г. Чебоксары Чувашской Республики 8 июня 2007 г. – Чебоксары, 2007.

58. Страны мира борются за внимание российских туристов [Электронный ресурс] // Travel.ru: туризм и путешествия [сайт]. [2013]. URL: www.travel.ru/news/2008/02/12/120188.html [дата обращения 10.10.2013].

59. Сухорученкова Е. Кредит владельцу личного подсобного хозяйства — где и как его получить? [Электронный ресурс] // Москва онлайн : [сайт]. [2013]. URL: www.molnet.ru/mos/ru/agriculture/agriculture/o_31786 (дата обращения 17.11.2013).

60. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии / Институт экономики КарНЦ РАН, Под общей ред. Ю.В. Савельева, О.В. Толстогузова. – Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008. – 227 с.

61. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. – СПб.: Издательский торговый дом «Герда». – 2000. - 224 с.

62. Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 285 с. – (Высшее образование).

63. Фюрст М. Туризм и мировая война 1914/15 г. / На суше и на море. - М., 1930. - Вып. 12. - С. 1-27.

64. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин . — 4 е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2009

65. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: Учеб.пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 448 с.

66. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев и др.; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2005. — 576 с.

67. Яковлев В.А. Переход к рынку.- Краснодар: Северный Кавказ, 2001.

68. Annual Report 2012 / World Tourism Organization (UNWTO). – Madrid, Spain. – 2013. – 82 p.

69. Bartmann B., Baum T., 1998, Promoting the Particular as a Niche Cultural Tourism Development Strategy in Small Jurisdictions, Progress in Tourism and Hospitality Research 1998, Proceedings of the Eighth Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Bureau of Tourism Research, Australia.

70. Brewton, C., Withiam, G. United States tourism policy: alive but not well // www.allbusiness.com/accommodation-food-services/667412-1.html

71. Nistureanu P. Europe in figures / Eurostat Yearbook 2010 // URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> [дата обращения 11.08.2013]/
72. Pender L., Sharpley R. The Management of Tourism, - SAGE Publications Ltd. – London-Thousand Oaks-New Delhi. - 2005. – 347 с.
73. Rural tourism [Электронный ресурс] // World Tourism Organization UNWTO. 2013. URL.: <http://www2.unwto.org/ru> (дата обращения 29.10.2013).
74. Statistical Feature Report - Tourism / Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra). September 2011. URL: <http://www.defra.gov.uk/statistics/files/Tourism-Feature-Report-Sep11.pdf>.
75. The French Government Tourist Office // France. URL: <http://us.franceguide.com/> [дата обращения 11.07.2013].
76. TURESPAÑA // www.tourspain.es/en/TURESPANIA/Organismo/ [дата обращения 11.07.2013]
77. Tourism In Austria: Structure and tourism organizations // www.bmwfj.gv.at/NR/rdonlyres/73E801F9-2570-487A-8A47-4E1539C4DE8F/0/TOURISMAUSTRIA.pdf [дата обращения 11.07.2013]
78. U.S. Travel Association // <http://www.tia.org/index.html>
79. What is Rural Tourism / India Rural Tour // URL: <http://www.indiaruraltours.com/RuralTourism.aspx> [дата обращения 29.11.2013].

**ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО
ТУРИЗМА В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Туристический-оздоровительный комплекс «ЗАИМКА»



Территория ТОК «Заимка»



Холл гостиницы



Гостевой домик



Трактир «Гуляй-поле!»



Зал в трактуре



Рис. Казачья лавка

Гостевой дом «ОРЛЯК» семьи Семеновых в Ибресинском районе



Гостевой дом «АТЛА» семьи Васильевых в Ибресинском районе



Гостевой дом «КАЧЕЛЬНЯ» семьи Федоровых в Ибресинском районе



Гостевой дом «РАЙСКИЙ УГОЛОК» семьи Шаниных в Ибресинском районе



Экологическая база «Глухариная роща» в Ибресинском районе



Гостевой дом «Дом где Вас ждут» семьи Даньковых в Мариинско-Посадском районе



Научное издание

БЕЛОВА Надежда Михайловна

РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Монография

Ответственный редактор Г.Л. Белов
Компьютерная верстка: *Н.М. Белова*
Дизайн обложки: *С.Ю. Ювенальев*

Подписано к печати: 29.11.2013. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Печать оперативная. Усл. печ. л. 10,13.
Заказ № 000. Тираж 100 экз.

Согласно Федеральному закону «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ данная продукция не подлежит маркировке

Отпечатано в типографии ИП Варламов В.М.
г. Чебоксары, ул. Сверчкова, 6Б