

## Туризм — вне зоны доступа?

*После закрытия таких туристических направлений, как Турция и Египет, возможностей дешево отдохнуть у россиян стало гораздо меньше. По логике, учитывая этот фактор и упавший рубль, наши туристы должны «потуже затянуть пояса» и сидеть дома. Как разворачивается ситуация на туристическом рынке — об этом мы побеседовали с заместителем председателя Госкомитета по предпринимательству и туризму РБ Р.М.ШАЙХУТДИНОВЫМ.*

**— Роман Мугалимович, уменьшился ли объем туристских услуг в связи с введением санкций в отношении Турции и Египта? И отразился ли экономический кризис в стране на объеме санаторно-оздоровительных услуг?**

— В связи с непростой экономической ситуацией, банкротством ряда российских туроператоров, нестабильным курсом валюты, спадом покупательской способности темпы роста туристских услуг в сопоставимых ценах снизились. Так, темп роста физического объема санаторно-оздоровительных услуг в 2015 году по отношению к 2014 году составил 91,7%, объема туристских услуг — 95,8%. Такая тенденция наблюдается во многих регионах России. Но если считать темп роста объема услуг в фактических ценах, т.е. с учетом инфляции (или учитывая влияние динамики цен), мы получим рост показателей. По данным Башкортостанстата, по итогам 2015 года по санаторно-оздоровительным услугам рост составил 102,7% (4,7 млрд рублей) — Башкортостан занимает по данному показателю 1 место по Приволжскому федеральному округу и 6 место в Российской Федерации. Объем туристских услуг составил 5,7 млрд рублей, это 146,2%, по этому показателю мы на 2 месте в ПФО и на 8 месте в РФ. За последние годы сохраняется положительная динамика роста объема платных услуг в сфере туризма. Немалый объем предоставленных платных услуг в туристской отрасли приходится на услуги гостиниц и аналогичных мест размещения, в прошлом году он составил 4,8 млрд рублей или 111,4% к 2014 году (2 место в ПФО, 6 место в РФ). По основным показателям развития туризма Республика Башкортостан традиционно входит в тройку лидеров Приволжского федерального округа и в десятку в Российской Федерации.

Часто нас сравнивают с соседним Татарстаном. Он сегодня вошел в число лидеров по въездному туризму наряду с Москвой, Санкт-Петербургом, Золотым кольцом. Там есть инфраструктура, объекты и продвижение. Да, Казань — более раскрученный туристический город, но по вкладу в экономику мы их опережаем. Я говорю это, опираясь на цифры, озвученные руководителем Госкомитета по туризму Республики Татарстан С.Е.Ивановым.

**— Как я понимаю, республиканский рынок туристических услуг сужается, закрылись многие турагентства, в кризис им стало невыгодно работать. Скажется ли это на потребителях этих услуг — туристах?**

— Не надо путать турагентства и туроператоров. Турагентства — это киоски, продающие готовый продукт. А готовят этот продукт туроператоры. Они разрабатывают маршруты, договариваются с отелями, предоставляют полный комплект туристических услуг. Закрылись те турагентства, которые специализировались на выездном туризме, в основном в две страны — Турцию и Египет.

В прошлом году мы собирали представителей туристических компаний и предлагали повернуться лицом к внутреннему туризму. Договорились, что агенты по туризму будут чаще предлагать своим клиентам путевки в наши санатории, поездки по республике и стране. Радует то, что сегодня турбизнес все больше ориентирован на туризм внутри страны.

— **И в этой сфере происходит импортозамещение?**

— Да, и что отрадно, из-за развития внутреннего туризма не произошло крушения туристического рынка в стране. Несмотря на кризис, в России появляются новые участники этого рынка и возвращаются те, кто по каким-либо причинам уходил из него. Сегодня в республике зарегистрированы в Федеральном реестре туроператоров более трех десятков национальных компаний. Этот список постоянно обновляется, можно посмотреть на нашем сайте. Чтобы получить право на ведение туроператорской деятельности, надо выполнить ряд требований, в том числе и финансовых.

— **Приоритетным и социально-значимым направлением туристской деятельности в Госпрограмме «Развитие внутреннего и въездного туризма в РБ» от 2012 года обозначен социальный туризм. Расскажите подробнее об этом направлении.**

— Республиканская государственная программа развития социального туризма была принята в 2011 году. Подпрограмма «Развитие социального туризма» является логическим продолжением этой программы. Она корректируется каждый год сообразно с возможностями бюджета, учетом накопленного опыта в этой сфере и потребностями населения. Сейчас вносим изменения на 2016 год, расширяем круг субъектов, охваченных социальным туризмом. Готовится новая госпрограмма на период 2017—2022 годы.

В рамках подпрограммы организуются социальные туры для граждан пожилого возраста и инвалидов, в том числе для инвалидов-колясочников, инвалидов по зрению I группы, детей-инвалидов, туристские маршруты для воспитанников детских домов Республики Башкортостан. Наибольшей популярностью пользуются республиканские санатории: «Юматово», «Зеленая Роща», «Ассы», «Красноусольск». В 2015 году в социальных турах отдохнули 6647 человек.

На реализацию подпрограммы «Развитие социального туризма в РБ» приходится основной объем финансирования госпрограммы. В цифрах это составляет 55,8 млн рублей.

Основным принципом реализации данного направления является субсидирование туроператоров на возмещение части стоимости туристской путевки посредством выдачи участникам подпрограммы сертификатов определенного номинала, порядка 7500, 8000, 12000 рублей.

Таким образом, программа поддерживает и российских туроператоров, гарантированно обеспечивая им потребительский рынок.

— **Российский рынок въездного туризма в прошлом году на фоне резкой девальвации рубля показал серьезный рост: по данным Росстата за девять месяцев число иностранных путешественников в России выросло на 13,4% — это самый значительный показатель с 2008 года. Как повлияла ситуация с повышением курса доллара на развитие въездного туризма в нашу республику, чаще ли стали к нам приезжать иностранные туристы?**

— У нас пока нет точных цифр по посещению иностранных туристов за прошлый год. Но могу утверждать, что в этой области наблюдается постоянный устойчивый рост. Если в 2010 году было зарегистрировано около 8 тысяч посе-

щений республики гостями из-за рубежа, то в 2014 году уже 25 тысяч. Я надеюсь, что в этом году эта цифра превысит 30 тысяч. Только за 10 дней новогодних каникул 2016 года, по данным Башкирской таможни, у нас побывало около 4 тысяч иностранцев, причем большая часть — из дальнего зарубежья.

Для иностранных туристов у нас все дешево. Например, немцы — очень организованный и рациональный народ, они не привыкли тратить деньги впустую. Россия стала страной шопинга. Бытовую технику, телефоны, некоторые марки одежды выгоднее покупать у нас. Если раньше мы ездили за границу прикупить что-нибудь по привлекательной цене, то сегодня за товаром едут к нам.

Большое значение в выборе места отдыха имеют вопросы безопасности. Наш регион по всем нормам безопасности соответствует всем стандартам. Уфа приобрела мировую известность благодаря саммитам ШОС и БРИКС. После

*«Туризм в моем понимании, это когда к нам придет миллион человек и оставит 100 миллиардов рублей, тогда это настоящий туризм. А пока у нас «любительщина» в части въездного туризма. Денег мы не даем, не вкладываем в туристическую инфраструктуру. Мы — любители, мы пока профессионально этой темой не занимаемся.*

*Вот стоит санаторий «Зелёная роща», дальше — два горнолыжных комплекса, далее — ипподром, аквапарк. Получается целый хороший комплекс. И там есть лес. Его можно облагородить, очистить, провести велосипедные дорожки, построить спортивные зоны.*

*Это то, о чем я говорю с первого дня своей работы. В моём понимании, вот это туризм. Тогда действительно люди будут говорить: «В Италию или Испанию не поеду, а поеду в Уфу». Это было бы лучшим вариантом. А только лошадками, только красотами, только кумысом, наверное, мы не сможем привлечь к себе миллион человек. Чтобы туризм начал давать доходы в промышленных объемах, нужны миллиардные поступления. В туризм сначала нужно вложить бездну денег, а потом ждать лет десять, потом придёт следующее поколение руководителей и скажет: «Спасибо, ребята».*

***Рустем Хамитов на встрече с журналистами,  
2012 год***

них в столице нашей республики проводились и другие форумы — по малому бизнесу, научные конгрессы. Республика доказала, что может принимать гостей на самом высоком уровне. Не случайно Всемирную фольклориаду решили проводить в Уфе. Благодаря саммитам в городе построены новые гостиницы, отели.

Мы работаем над созданием благоприятных условий для активного продвижения внутреннего туристического продукта на российский и международный рынки и увеличением внутреннего и въездного туристического потока. По поручению

Главы республики подготовили несколько брендовых республиканских маршрутов.

Наибольшее количество туристов приезжают в Россию из Китая. В прошлом году наша республика подписала меморандум о сотрудничестве в области туризма с китайской провинцией Цзянси. Это первое в России подобного рода соглашение на уровне провинций. Существует программа «China friendly» (дружественный Китаю), призванная создать комфортную среду пребывания для китайских туристов. В Башкортостане первой к этой программе присоединился «Азимут отель Уфа» международной сети отелей AZIMUT Hotels. Сотрудники отеля владеют китайским языком, в меню завтрака — китайские блюда, транслируются китайские телеканалы.



*На выставке*

Разработаны еще несколько перспективных направлений продвижения республики за рубежом. В последнее время Иран активизировался на туристическом рынке, с ним мы тоже налаживаем связи.

— **Как идет работа над формированием республиканского туристического бренда?**

— Работа над туристическим брендом «Башкортостан» ведется нами уже давно. Но это очень сложный

процесс. Мы пытались своими силами создать бренд, привлекали туристическую общественность, но вовремя поняли, что лучше не заниматься самостоятельностью. Изучили опыт по формированию бренда в других странах, поговорили с экспертами в туристической отрасли. После ряда консультаций решили взять паузу в работе, чтобы более серьезно подготовиться к созданию бренда. Лучше с самого начала все сделать правильно, чем потом исправлять.

Бренд — это не картинка, не слоган. Он многогранен, многослоен. То, что человек видит и слышит, это верхушка айсберга. Нужно воздействовать на подсознательном, эмоциональном уровне на человека, чтобы у него появилось желание поехать в определенное место. Мы ведь хотим, чтобы к нам в республику приезжали люди, которые ни разу у нас не были. Для них наши достопримечательности — пустой звук. Надо завлечь туристов, «продать» (в хорошем смысле) Башкортостан, для этого нужна реклама, нужен бренд.

Причем, для каждой страны необходима своя, с учетом менталитета населения, подача турпродукта.

Для повышения доступности информационных сервисов создан интернет-портал «Bashkia.travel», сформирован новый туристический каталог «Башкортостан — семь секретов счастья». Практикуется проведение ознакомительных туров для представителей СМИ и ведущих туроператоров.

*«Республика Башкортостан располагает уникальными природными ресурсами, предоставляя инвесторам широкие возможности для развития туристской и рекреационной деятельности. В республике осуществляются активное строительство и развитие инфраструктурных объектов, туристских комплексов и зон рекреации. Уникальные природные ресурсы региона создают возможности для развития лечебно-оздоровительного, спортивного, этнографического, культурно-познавательного туризма.»*

*Республика Башкортостан насчитывает огромное количество культурных и природных достопримечательностей, а также иных объектов туристского показа. К ним, согласно официальным данным Росстата по итогам 2013 года, относятся 93 музея, 10 театров, 23 парка культуры и отдыха, 1891 памятник истории и культуры.*

*Башкортостан — лидер по количеству природных парков на Урале. Рекреационный потенциал республики сформирован 1 биосферным резерватом «Башкирский Урал» (ЮНЕСКО), 3 заповедниками, 7 заказниками по охране лекарственных растений, 17 охотничьими заказниками, 3 комплексными (ландшафтными) заказниками, 4 природными парками, более чем 180 естественными памятниками природы, 24 лечебно-оздоровительными учреждениями, более чем 30 базами отдыха и пансионатами, 19 горнолыжными центрами, большим количеством центров культурно-исторического наследия».*

***Из Государственной программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан», 19 января 2016 г.***

Туристско-рекреационный потенциал республики ежегодно представлен на международной выставке «Интурмаркет», традиционно проходящей в Москве. Также наши предприятия туристической индустрии принимают участие в межрегиональных выставках. В Уфе каждый год проводится межрегиональная выставка «Туризм. Спорт. Отдых. Здравницы». На них были представлены несколько наших крупных туристических проектов. Например, совместный с Магнитогорским металлургическим комбинатом инвестпроект по развитию туристического кластера горнолыжных баз отдыха. Из 32 горнолыжных курортов Урала 19 находятся в Башкортостане, среди них — Абзаково, Бан-

ное, Мраткино, Павловский парк, Кандры-куль. Они принимают до 800 тысяч человек. Растет количество посетителей природных парков.

**— В Госпрограмме особое внимание уделяется созданию туристско-рекреационных кластеров. Что делается в этом направлении?**

— Для создания туристических кластеров необходимы хорошие дороги, транспорт, связь, места размещения и питания туристов. Отсутствие инфраструктуры туризма резко снижает спрос на туристические услуги. Наши российские туристы, побывавшие за рубежом, избалованы системой «all inclusive», они хотят комфортных условий отдыха. Сертифицированных мест размещения у нас очень мало. Часто приходится сталкиваться с тем, что гостиницы сами себе присваивают звезды, которые ничем не подтверждены. Сертификация гостиниц и отелей по закону проводится на добровольной основе. Обязательна сертификация лишь в тех местах, где будут проходить крупные события международного уровня.

С другой стороны, высокие внутренние цены во многом являются препятствием к росту количества путешествий самих россиян. Во многом высокая стоимость путешествий по России связана с дороговизной транспортного обслуживания. Отрицательно сказывается на развитии внутреннего туристического рынка в республике недостаток количества доступных гостиниц и аналогичных средств размещения.



*Горнолыжный комплекс*

Туристические кластеры — это места досуга, развлечений, туристского показа. Например, турист, приехавший в Абзаково покататься на лыжах, должен иметь возможность прокатиться до горы Иремель, посетить заповедник и т.д. Или туристам, приехавшим посмотреть Капову пещеру, предлагают: а не желаете ли насладиться чудесными видами на озере Талкас? Вот так создается синергетический эффект от субъектов кластера, повышающий конкурентоспособность территории на туристическом рынке. Кластеры не разграничены, их территории могут накладываться друг на друга. Сейчас идет работа над определением тех мест, где они могут быть созданы. Республика открыта для инвесторов, желающих вкладывать средства в строительство туристических объектов на территории Башкортостана.

**— Существует ли проблема с кадрами в туристической отрасли?**

— В республике есть несколько учебных заведений, готовящих специалистов по туристическому и гостиничному бизнесу. Несмотря на ежегодный выпуск специалистов, их крайне мало. Особенно это касается менеджеров среднего звена. В связи с тем, что планируется развитие туристических кластеров в сельских районах, эта проблема становится весьма актуальной. Например, строится дом отдыха где-нибудь в глубинке, а обслуживать его некому. Местное население не обучено гостиничному делу. Да, наш народ — очень гостеприимный, но между гостем и туристом — большая разница. Туристы весьма привередливы в еде, а приглашать в село столичного шеф-повара накладно. Тема кадрового голода в туристическом бизнесе часто поднимается на различных форумах. Один из путей его решения я вижу в том, чтобы студенты, обучающиеся по данным специальностям, ездили на практику на наши базы отдыха, а не в заграничные отели, и впоследствии приходили туда работать.

*Беседовала Эльвира ХАЛИКОВА.*