

## Инвестирование в туризм: привлекательные сегменты отрасли, подготовка к ЧМ-2018

### КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

#### **Туризм — драйвер развития мировой экономики**

«Инвестиции в туризм являются очень привлекательными. Подтверждением этого является статистика <...> В прошлом году темп роста туристской индустрии в мире составил 7% <...> Мы с вами живём в постиндустриальном обществе, активно развиваются цифровые технологии, социальные сети, их капитализация растёт гигантскими, очень быстрыми темпами. Почему? Да потому что основа всех этих процессов и социальных сетей — это впечатления, мысли, чувства, ощущения, воспоминания. Что является контентом все этого? Ответ очевиден — это туризм», — Олег Сафонов, руководитель Федерального агентства по туризму.

«Ещё раз хотелось повторить вот этот тезис — именно туризм выступает драйвером, локомотивом развития мировой экономики <...> Вклад туризма в ВВП — 3,49%. В среднем в мире, в тех странах, которые активно развивают туризм, — порядка 10%. <...> Если мы сравним 2000 г. и 2017 г., наши граждане стали в два раза больше путешествовать, выезжая за рубеж, по итогам 2017 г. — 38 млн. Если мы говорим о количестве путешествующих по нашей стране, тут даже не будем сравнивать с 2000 годом, возьмём и сравним с 2013 годом — рост на 75%», — Олег Сафонов.

#### **Въездной туризм в Россию имеет большую перспективу**

«Мы видим большую перспективу с точки зрения развития въездного туризма в нашу страну. Мне представляется, это серьёзная для нас перспектива развития туристической отрасли. В 2015 году мы впервые вошли в десятку самых популярных стран с точки зрения путешествий в нашу страну <...> но мы считаем, что потенциал нашей страны абсолютно в этом плане не раскрыт», — Олег Сафонов.

*«Я думаю, что значительно возрастет въездной туристский поток в нашу страну. Это объясняется тем, что в этом году у нас проходит ЧМ по футболу <...> Я предполагаю, что въездной турпоток значительно увеличится, на 5-10% <...> Мы ожидаем около 1,5 млн туристов из-за рубежа, которые приедут в Россию, чтобы посетить мероприятия чемпионата мира по футболу 2018», — Олег Сафонов.*

«Люди летают не из-за того, что там дешёвые билеты, а они летают, чтобы что-то посмотреть. Поэтому для туризма важно развивать место, куда полетят <...> У нас ещё есть целина — это наш внутренний туризм», — Владимир Платонов, президент Московской торгово-промышленной палаты.

«Мы уже больше 12 лет строим город "Дружбы народов", где нет конфликта между внутренним въездным и внешним туризмом, где семьи и люди могут увидеть весь мир вместе», — Руслан Байрамов, президент Международного благотворительного общественного фонда «Диалог культур — единый мир».

### ПРОБЛЕМЫ

## **Недостаточно эффективная маркетинговая политика**

«Я считаю, что основная борьба развернётся за впечатления, за продукт. Мне кажется, что наша основная проблема, мы не до конца можем показать товар лицом. Нужно, безусловно, создавать как дорогой, так и дешёвый продукт. Дешёвый мы, вроде как, научились продавать, особенно если у тебя есть возможность продать дёшево, а дорогой, к сожалению, ещё нет, но я уверен и знаю, что у нас есть, что продавать дорого, и люди готовы за это платить», — Виктор Олерский, замминистра транспорта РФ.

«Есть такая проблема нашей отрасли, что, к сожалению, многие, выходя со своими продуктами, не до конца продумывают, для кого они создают. Потому что прежде чем говорить о продвижении, об инструментах, нужно чётко для себя определять целевую аудиторию», — Ольга Ткачева, заместитель гендиректора по стратегическому развитию и маркетингу ООО «Флотилия Рэдиссон Ройал».

## **Нехватка инвестиций в отрасли и подготовку кадров**

«Проблема вложения в инфраструктуру всегда имеет место в России, к сожалению, это проблема недоинвестированности. Для того, чтобы заработали все замечательные эффекты, которые заработали в Сочи или в Москве, нужны все-таки очень большие деньги», — Сергей Харитонов, гендиректор АО «Корпорация развития Северного Кавказа».

«Количество бюджетных мест, оно крайне мало и вообще, из общей массы, только 28% студентов обучается за счёт средств государственного бюджета, а остальное это частные инвестиции, т.е. человек вкладывает сам в своё образование. Стоимость обучения одного студента — она тоже крайне мала, и сложно, так сказать, что-то предпринимать по улучшению материально-технической базы, использования IT-технологий и др. современных методов обучения. <...> Возникает острая необходимость инвестиций в образование со стороны бизнес-сообщества», — Александр Федюлин, ректор ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса».

## **Проблемы с транспортной инфраструктурой**

«Безусловно, что отдых — это всегда транспорт <...> Поэтому, если есть проблемы с транспортом, я имею в виду не только цену перевозки пассажира, но и, собственно, наличие транспортных средств, проблема, к сожалению, в этом, потому что это болезнь роста <...> В этом году количество перевезённых пассажиров авиационным транспортом перевалило отметку 107 млн», — Виктор Олерский.

## **Недостаточное информационное продвижение продукта**

«Люди очень интересуются внутренним туризмом, это одни из самых популярных материалов, что в газете, что на сайте. При этом скажу ещё об одном, уровень информированности ноль. 10, 12, 15 слов, которые мы знаем про внутренний туризм, на этом заканчивается всё, даже нет нюансов», — Руслан Новиков, генеральный директор, ЗАО «Аргументы и факты».

РЕШЕНИЯ

## **Предложение качественных и недорогих туристических продуктов**

«Часто можно слышать о том, что появление конкуренции с Турцией, с Египтом может вызвать какие-то сложности с точки зрения развития нашего туристского сектора. Абсолютно мы с этим не согласны, наоборот, мы приветствуем развитие конкуренции, более того, считаем это необходимым. Наша страна является частью мировой глобальной экономики, и мы, во-первых, должны знать и понимать те тренды, те тенденции, те продукты, которые создаются в мире; во-вторых, мы должны быть конкурентоспособными, предлагая высококачественный и недорогой туристский продукт. Естественно, для того, чтобы это сделать, мы должны активно инвестировать в туристский сектор РФ», — Олег Сафонов.

## **Государственная поддержка туроператоров**

«Одна вещь, о которой государство должно серьёзно заботиться — это поощрение туроператоров. Вот смотрите, у нас турки платят за каждый чартер от 6 тыс. долларов нашему туроператору за то, что он привезёт ему самолёт наших туристов <...> Мы никому ничего не платим и, полагаю, что на это можно было бы посмотреть внимательно <...> Например, на освоение новых маршрутов, продуктов, которые только вводятся, можно было бы подумать государству, каким образом поддержать и поощрить <...> отмена НДС. Ради чего? Ради того, чтобы увеличить туристический поток внутри страны, так и за рубежом», — Сергей Катырин, президент Торгово-промышленной палаты РФ.

## **Использование механизма государственно-частного партнёрства**

«Хостел в Москве можно за год окупить, гостиницу — 9-12 лет, а завод — это минимум 15 лет <...> Да, окупаемость, но крайне низкая маржинальность, крайне высокие риски, и без государственного частного партнёрства эту площадку не обустроить, а гостиница в поле без коммуникаций, без дороги хоть пять, хоть две звезды — она не востребована. Именно комплексный подход, именно государственно-частное партнёрство — это ключ и к конкурентоспособности, и к окупаемости, и к тем инвестициям», — Юрий Барзыкин, вице-президент Российского союза туриндустрии.

## **Использование инвестиционных фильтров для отбора проектов**

«Низкая представленность и качество исполнения инвестиционных проектов, которые представляются в федеральную целевую программу, второе <...> необходимость инвестиционных фильтров, т.е. нужно отбирать качественные проекты <...> Третье, нужно обращать внимание, что есть так называемые тромбы, т.е. если что-то не развивается, если есть потенциал, но роста турпотока нет, значит, что-то мешает, надо это определить и бить именно туда», — Марина Смирнова, руководитель отдела гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield.