

УКАЗ ГУБЕРНАТОРА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

13.02.2015 № 70-УГ
г. Екатеринбург

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

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

ПОСТАВЛЯЮ:

1. Утвердить Стратегию развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года (прилагается).
2. Контроль за исполнением настоящего указа возложить на Первого заместителя Председателя Правительства Свердловской области — Министра инвестиций и развития Свердловской области А.В. Орлова.
3. Настоящий указ опубликовать в «Областной газете».

Губернатор Свердловской области **Е.В. Куйвашев**

УТВЕРЖДЕНА

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

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

Раздел 1. Общие положения

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

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

В распоряжении Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1663-р туриндустрия рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны, там же определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма.

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

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

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

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

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

Настоящая стратегия предназначена определить приоритеты развития туризма в Свердловской области, определить механизмы реализации стратегии, согласовать действия исполнительных органов государственной власти Свердловской области, органов местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, и субъектов туристской индустрии, определить приоритетные механизмы консолидации ресурсов субъектов туристской индустрии для получения максимального социально-экономического эффекта.

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

Настоящая стратегия разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08.2011 № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»;
- постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы»;
- распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»;
- Законом Свердловской области от 31 декабря 1999 года № 51-ОЗ «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области»;
- постановлением Правительства Свердловской области от 27.08.2008 № 873-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года»;

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

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

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

- 1. Ускоренный, по сравнению с другими отраслями, рост сферы туризма — на уровне 4 процентов в год, что позволяет в 2020 году достичь на уровне 10 процентов ВВП (10 трлн. долларов США) и 328 миллионов рабочих мест, обеспечивая таким образом каждое десятое рабочее место в мире.
- Основными факторами, способствующими ускоренному росту туризма как отрасли мировой экономики, являются следующие:

- улучшение транзитных возможностей государствами, развитие международных отношений, упрощение визовых режимов между отдельными странами;
- глобализация экономических процессов и превращение туризма в обязательный атрибут большинства видов экономической деятельности;
- рост расходов на туризм, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию в ряде стран;

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

Одним из ведущих трендов последних 5–7 лет в Российской Федерации стал бумный рост внутреннего туризма в формате туров выходного дня, поездок на выходные и выходные. Данный процесс связан со значительным ростом численности представителей среднего класса в крупных российских городах и общим повышением транспортной мобильности населения. Турнические поездки в формате туров выходного дня совершаются как организационно (с помощью туристских фирм), так и самостоятельно, на основе отзывов, рекомендаций, с помощью путеводителей, информационных интернет-ресурсов, спутниковой системы навигации. При этом доля самостоятельных путешествий преобладает и будет увеличиваться в будущем.

С учетом российских реалий и фактора транспортной доступности подавляющее большинство поездок в формате туров выходного дня совершается внутри одного или нескольких ближайших регионов. Крупные российские города становятся привлекательными объектами для шопинг-туров и проведения культурного семейного досуга среди жителей соседних малых городов и сельских территорий. В свою очередь, сельские территории привлекают городской средний класс в качестве объектов культурно-познавательного, экологического и сельского туризма.

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

Согласно экспертным оценкам емкость этого сегмента в мире оценивается в 40–60 млрд. долларов США с темпом роста до 20 процентов в год. Согласно данным Международной туристской Федерации, количество туристов с ограниченными возможностями в 2011 году в мире было совершенно более 9,4 млн. человек, или 2,4 процента всех выехавших туров в Европе. За последние пять лет поездок оздоровительного отдыха в Европе выросло на 38 процентов.⁹

В настоящее время статистика указывает на постоянный рост доли населения пожилого возраста в странах с развитой экономикой, которые обеспечивают основную массу туристов, в то время как численность населения трудоспособного возраста переживает стагнацию. Аналогичная ситуация складывается и в Российской Федерации. Результатом этого является растущий спрос на туристский продукт, предельно ценный для так называемого «серебряного» сегмента туристского рынка.

Одновременно повышение уровня благосостояния старшего поколения позволяет прогнозировать рост популярности многообразных туристских предложений, в результате чего стандартное предложение на туристский продукт «2 родителя + 1–2 ребенка» изменяется на предложение «1–2 родителя + 1–2

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

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

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

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

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

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

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

2. Устойчивый рост числа путешествующих.

На протяжении последних трех лет, согласно данным Международной туристской информационной системы путешествий, стабильно положительной туристской индустрии динамика количественных показателей, включая и объема расходов на путешествия. В 2012 году общее число путешествий превысило 6,8 млрд. поездок, что на 2,5 процента больше, чем в 2011 году. Количество внутренних поездок в мире в 2012 году увеличилось на 2 процента и достигло 5,77 млрд. единиц, число международных поездок возросло на 4 процента и составило 1,03 млрд. единиц (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 3).

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

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

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

- на выездные путешествия — 1,0 трлн. рублей, что в 2,1 раза выше достигнутого уровня 2012 года;
- на внутренние путешествия — 4,9 трлн. рублей, что в 2,7 раза выше достигнутого уровня 2012 года.

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

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

Несмотря на рост международной популярности Российской Федерации, более 3/4 генеруемого отраслью объема ВВП обеспечивается внутренним туризмом (приложение № 1 к настоящей стратегии, рис. 7), что соответствует международной практике. В частности, в 2012 году на долю внутренних путешествий туристских прибытий в России приходилось 86,8 процента (1,8 трлн. рублей), на долю выездных путешествий — лишь 2,14 процента (497,6 млрд. рублей). Прогнозируется, что эта тенденция будет сохраняться и к 2022 году, вклад внутреннего туризма в объем ВВП, генерируемый отраслью, увеличится до 82,7 процента и превысит 4,9 трлн. рублей, в то время как международный туристский вклад будет обеспечивать лишь 17,3 процента, генерируемого отраслью объема ВВП (4,9 трлн. рублей).

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

Одним из ведущих трендов последних 5–7 лет в Российской Федерации стал бумный рост внутреннего туризма в формате туров выходного дня, поездок на выходные и выходные. Данный процесс связан со значительным ростом численности представителей среднего класса в крупных российских городах и общим повышением транспортной мобильности населения. Турнические поездки в формате туров выходного дня совершаются как организационно (с помощью туристских фирм), так и самостоятельно, на основе отзывов, рекомендаций, с помощью путеводителей, информационных интернет-ресурсов, спутниковой системы навигации. При этом доля самостоятельных путешествий преобладает и будет увеличиваться в будущем.

С учетом российских реалий и фактора транспортной доступности подавляющее большинство поездок в формате туров выходного дня совершается внутри одного или нескольких ближайших регионов. Крупные российские города становятся привлекательными объектами для шопинг-туров и проведения культурного семейного досуга среди жителей соседних малых городов и сельских территорий. В свою очередь, сельские территории привлекают городской средний класс в качестве объектов культурно-познавательного, экологического и сельского туризма.

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

Согласно экспертным оценкам емкость этого сегмента в мире оценивается в 40–60 млрд. долларов США с темпом роста до 20 процентов в год. Согласно данным Международной туристской Федерации, количество туристов с ограниченными возможностями в 2011 году в мире было совершенно более 9,4 млн. человек, или 2,4 процента всех выехавших туров в Европе. За последние пять лет поездок оздоровительного отдыха в Европе выросло на 38 процентов.⁹

В настоящее время статистика указывает на постоянный рост доли населения пожилого возраста в странах с развитой экономикой, которые обеспечивают основную массу туристов, в то время как численность населения трудоспособного возраста переживает стагнацию. Аналогичная ситуация складывается и в Российской Федерации. Результатом этого является растущий спрос на туристский продукт, предельно ценный для так называемого «серебряного» сегмента туристского рынка.

Одновременно повышение уровня благосостояния старшего поколения позволяет прогнозировать рост популярности многообразных туристских предложений, в результате чего стандартное предложение на туристский продукт «2 родителя + 1–2 ребенка» изменяется на предложение «1–2 родителя + 1–2

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

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

4. Повышение требований к безопасности туризма. В современном быстроменяющемся информационном мире туристы незамедлительно реагируют на опасность и отказываются от путешествий в страны, охваченные военными конфликтами, актами террора, учеными протестами и иными социальными потрясениями. Не меньшее негативное влияние на туристские потоки оказывают природные и техногенные катастрофы, землетрясения. При выборе маршрута туристы также учитывают общую кризисную ситуацию в стране и регионе, уровень загрязнения окружающей среды, наличие природных ресурсов.

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

Другим фактором, стимулирующим развитие конкуренции на рынке туристских услуг, выступают информационные технологии. В мире около 54 процентов всех бронирований туров идет через сайт Интернет. Тенденция увеличения количества интернет-бронирований сохраняется в ближайшие годы.

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

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

6. Повышение требований к качеству туристского продукта за умеренную цену. В большинстве случаев предпочтения туристов связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться определяющими при выборе туристских поездок, что требует от бизнеса и государства выработки сертификатов качества туристских услуг и продуктов, категорирования средств размещения и питания, соответствующей подготовки линейного и управленческого персонала отрасли социально-культурного сервиса и туризма.

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

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

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

4. Повышение требований к безопасности туризма. В современном быстроменяющемся информационном мире туристы незамедлительно реагируют на опасность и отказываются от путешествий в страны, охваченные военными конфликтами, актами террора, учеными протестами и иными социальными потрясениями. Не меньшее негативное влияние на туристские потоки оказывают природные и техногенные катастрофы, землетрясения. При выборе маршрута туристы также учитывают общую кризисную ситуацию в стране и регионе, уровень загрязнения окружающей среды, наличие природных ресурсов.

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

Другим фактором, стимулирующим развитие конкуренции на рынке туристских услуг, выступают информационные технологии. В мире около 54 процентов всех бронирований туров идет через сайт Интернет. Тенденция увеличения количества интернет-бронирований сохраняется в ближайшие годы.

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

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

6. Повышение требований к качеству туристского продукта за умеренную цену. В большинстве случаев предпочтения туристов связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться определяющими при выборе туристских поездок, что требует от бизнеса и государства выработки сертификатов качества туристских услуг и продуктов, категорирования средств размещения и питания, соответствующей подготовки линейного и управленческого персонала отрасли социально-культурного сервиса и туризма.

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

перечисленным выше мировым тенденциям будут обеспечены за счет формирования:

- яркого, узнаваемого туристского бренда региона, отражающего культурно-историческое наследие, географическое и историческое наследие, развитой системы транспортных коммуникаций (автомобильной, железнодорожной, воздушной, речной транспорт), обеспечивающих доступность всех видов туристских ресурсов (объектов показа, рекреации, средств размещения) с эффективной, понятной, надежной, комфортной системой сопровождения и обеспечения безопасности пребывания туристов (в том числе из других регионов и стран) на территории области;
- разнообразия туристских продуктов, наличия туров в сфере познавательного, активного, сельского, экологического и рекреационного туризма, комплексных туристских продуктов, ориентированных на различные возрастные группы и целевые аудитории;
- разнообразия условий проживания — от кемпингов в составе объектов придорожного сервиса и «зеленых» маршрутов до отелей стандарта 2–5 звезд, оснащенных конференц-залами, крытыми бассейнами, СПА-центрами, аквапарками;
- готовности персонала, занятого в сфере социально-культурного сервиса и туризма, предоставлять качественные услуги, соответствующие международным и российским стандартам;
- эффективной системы профессионального образования в сфере социально-культурного сервиса и туризма, способной оперативно и качественно реагировать на меняющиеся запросы туристского рынка;
- институциональной системы управления качеством услуг в сфере социально-культурного сервиса и туризма, включающей деятельность саморегулируемых организаций, систем сертификации и аккредитации;
- эффективной системы продвижения туристского бренда, продуктов и услуг Свердловской области российскому и международному рынкам.

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

1 этап — 2014–2020 годы — соответствует периоду реализации приоритетных государственных программ Свердловской области.

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

Раздел 3. Туристский потенциал и состояние сферы туризма в Свердловской области

До начала 90–х годов XX века Свердловская область оставалась регионом, значимым для населения гражданскими промышленными предприятиями и другими отраслями туристского комплекса. В рамках данного направления планируются создание туристского комплекса индустриально-ландшафтного парка «Демидов-парк» в городе Нижний Тагил.

предприятия, выпускающие тысячи тонн стали, чугуна, сотни единиц крупногабаритного оборудования. В связи с этим проблема формирования бренда Свердловской области как региона, комфортного для жизни, интересного и безопасного для посещения, становится задачей особой актуальности.

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

- 1) географические особенности — граница Европы и Азии, протяженность которой по территории Свердловской области превышает 700 км;
- 2) геологические особенности — Уральские горы, наиболее известными вершинами которых являются Кожкаевский камень (1569 метров над уровнем моря — самая высокая вершина на территории Свердловской области), Демидовский камень (1495 метров), Серебрянский камень (1305 метров), Кумба (921 метр), Качавар (887,6 метра), а также большое число рек и озер;
- 3) минералогические особенности: так называемая «серебряная полоса», простирающаяся с юга на север более чем на три километра вдоль восточного склона Среднего Урала в верховьях рек Нейва, Реж и Аудуй; традиционно здесь были расположены богатые месторождения минералов: топазов, турмалинов, изумрудов, аметистов, горного хрусталя;
- курильнище в мире месторождения асбеста (г. Асбест), железных руд (г. Нижний Тагил), вандальных руд (г. Качавар), изумрудов (г. Малышевский), золота (г. Березовский);
- 4) исторические особенности, связанные с: расширением территории Российского государства на восток: первое поселение русских на Урале (1574 год — пос. Усть-Урла), поход дружины Ермака в Сибирь (XVII век); формирование в XVIII–XIX веках российской промышленности (открытие в Нижнем Тагиле горнодобывающего предприятия, рост стана Нижний Тагил, Висим, Алапаевск в результате деятельности первых российских промышленников из рода Демидовых и Яковлевых; технический прогресс — здесь были изобретены и построены: первая русская железная дорога, первый русский паровоз (Черепановы, г. Нижний Тагил), первый аэлоплан (г. Березовский), первый самолет (проектанта г. Е.Г. Кузнецов, г. Нижний Тагил), первая русская волновая турбина (И.Е. Сафонов, г. Алапаевск); Алапаевская узкоколейная железная дорога — одна из крупнейших узкоколейных железных дорог с шириной колеи 750 мм на территории Российской Федерации;
- активный и деятельный вклад, внесших значительный вклад в историю, культуру и политику Российского государства. Здесь родились или жили в разное время: изобретатель радио А.С. Попов (г. Красноуральск), композитор П.И. Чайковский (г. Алапаевск), первый Президент Российской Федерации Б.Н. Ельцин (с. Кутка, Тавицкий район), русский писатель Д.Н. Мамин-Сибиряк (пос. Висим, г. Нижний Тагил) и П.П. Бажов (г. Екатеринбург);

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

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

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

Глава 1. Культурно-познавательный туризм

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

Нижнекамский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства (туристский объект — около 65 тысяч человек в год) представляет собой историко-культурный и ландшафтный музейный парк. Жемчужина Нижнекамского историко-архитектурного музея — Невская наклонная баня Демидовых (посещаемость — около 50 тысяч человек в год) — один из двух находящихся в здании историко-архитектурного музея. В последние годы в регионе появились новые интересные музеи и музейные комплексы: Музей Владимира Высоцкого (г. Екатеринбург, частный музей), Литературно-музейный центр «Дом Окуджавы» (г. Нижний Тагил, муниципальный центр культуры), Художественный музей Эрнста (с. Нижнекамский, частный музей), Музей истории Свердловского областного краеведческого музея). Популярны среди туристов музейные комплексы, посвященные советскому наследию и уральской промышленности: Музей бронетанковой техники (г. Нижний Тагил), Нижнетагильский музей-заповедник «Орбизоводский Урал», Музей истории военной техники (г. Верхняя Пышма), Ирбитский государственный музей-заповедник (г. Ирбит).

С трагедией царской семьи на Урале сегодня во многом связано бурное развитие паломничества и культурно-религиозного туризма в Свердловской области. Важнейшими центрами паломничества на территории региона являются города: Верхотурье, Екатеринбург, Алапаевск, построен в начале XVIII века по приказу Петра Великого. В последние годы в регионе появились новые интересные музеи и музейные комплексы: Музей Владимира Высоцкого (г. Екатеринбург, частный музей), Литературно-музейный центр «Дом Окуджавы» (г. Нижний Тагил, муниципальный центр культуры), Художественный музей Эрнста (с. Нижнекамский, частный музей), Музей истории Свердловского областного краеведческого музея). Популярны среди туристов музейные комплексы, посвященные советскому наследию и уральской промышленности: Музей бронетанковой техники (г. Нижний Тагил), Нижнетагильский музей-заповедник «Орбизоводский Урал», Музей истории военной техники (г. Верхняя Пышма), Ирбитский государственный музей-заповедник (г. Ирбит).

С трагедией царской семьи на Урале сегодня во многом связано бурное развитие паломничества и культурно-религиозного туризма в Свердловской области. Важнейшими центрами паломничества на территории региона являются города: Верхотурье, Екатеринбург, Алапаевск, построен в начале XVIII века по приказу Петра Великого. В последние годы в регионе появились новые интересные музеи и музейные комплексы: Музей Владимира Высоцкого (г. Екатеринбург, частный музей), Литературно-музейный центр «Дом Окуджавы» (г. Нижний Тагил, муниципальный центр культуры), Художественный музей Эрнста (с. Нижнекамский, частный музей), Музей истории Свердловского областного краеведческого музея). Популярны среди туристов музейные комплексы, посвященные советскому наследию и уральской промышленности: Музей бронетанковой техники (г. Нижний Тагил), Нижнетагильский музей-заповедник «Орбизоводский Урал», Музей истории военной техники (г. Верхняя Пышма), Ирбитский государственный музей-заповедник (г. Ирбит).

Глава 2. Соборный туризм

Ежегодно в Свердловской области проводится более 50 различных соборных фестивалей, туриров, ярмарок, маршевых разовых направлений туристского характера, спортивные фольклорные, театральные. Семейный парк развлечений «Лавалка» и спортивный фестиваль «Ледовой шторм», международный туристский форум «Большой Урал» и уникальный «Турнир космонавтов», Ирбитская ярмарка и Международный джазовый фестиваль «Ural Tetta Jazz, или Джаз на Пышме», «Майская прогулка», «Горный маршрут» — Копажо, дни чествования всех 47 городов Свердловской области.

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

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

Глава 3. Активный отдых

На территории региона созданы и действуют:

- 1) горнолыжных комплексов, которые ежегодно посещают более 800 тысяч человек; в 2012 году был запущен крупнейший в России круглогодичный трамплинный комплекс горе «Юлты»;
- 1 национальный парк; 4 природных парка; 19 лесопарков; 1 природно-минералогический заказник; 36 ландшафтных заказников.

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

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

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

Глава 4. Минералогический туризм

На стыке экологического, природного и индустриального туризма начала формироваться отрасль минералогического туризма. Свердловская область — традиционная область поиска и добычи полезных ископаемых, в том числе драгоценных и полудрагоценных металлов. С 2011 года начали работу интерактивные туристские центры по промысле золота и посещению золотодобывающих шахт на средние периоды российского золота в городе Березовском, поиску изумрудов на одном из трех крупнейших мировых месторождений этого драгоценного камня (рабочий пос. Малышевск).

Глава 5. Промышленный и индустриальный туризм

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

Глава 6. Сельский туризм

В ряде территорий области (Алапаевский, Артемовский, Невьянский, Ирбитский, Шалинский районы) активно развивается сельский туризм. На основе местных музейных комплексов и центров ремесел формируются значительные экскурсионные потоки, которые при наличии средств размещения (гостевых домов, сельских гостиниц) могут перейти в туристские потоки и дать серьезный социально-экономический эффект.

Глава 7. Санаторно-оздоровительный туризм

Основной санаторно-оздоровительного туризма являются запасы минеральных вод (в том числе термальных) и лечебных грязей. В регионе действуют более 20 санаториев и профилакториев, ежегодно принимающих более 300 тысяч человек. Началось обустройство историчного горных минеральных вод, расположенных в восточной части Свердловской области (Гурьевский и Тавицкий районы) — 7 процентов в год) актуальной становится задача реконструкции автомобильных дорог с повышением их пропускной способности, особенно в зонах концентрации населения.

В настоящее время основу внутрорегиональных коммуникаций составляет автомобильные дороги регионального значения, общая протяженность которых превышает 11 тыс. км. При этом плотность автомобильных дорог с твердым покрытием составляет 93 км на тыс. кв. км (55-е место в Российской Федерации), что делает труднодоступными туристские ресурсы, расположенные в северной и восточной частях области. На фоне растущей автомобилизации населения Свердловской области (в 2012 году количество легковых автомобилей в регионе увеличилось на 11,8 тыс. кв. км), Челябин (78,9 тыс. кв. км) и Актюбин (83,9 тыс. кв. км), наличие развитой системы внутрорегиональных коммуникаций для формирования туристского потока приобретает первостепенное значение.

В настоящее время основу внутрорегиональных коммуникаций составляет автомобильные дороги регионального значения, общая протяженность которых превышает 11 тыс. км. При этом плотность автомобильных дорог с твердым покрытием составляет 93 км на тыс. кв. км (55-е место в Российской Федерации), что делает труднодоступными туристские ресурсы, расположенные в северной и восточной частях области. На фоне растущей автомобилизации населения Свердловской области (в 2012 году количество легковых автомобилей в регионе увеличилось на 11,8 тыс. кв. км), Челябин (78,9 тыс. кв. км) и Актюбин (83,9 тыс. кв. км), наличие развитой системы внутрорегиональных коммуникаций для формирования туристского потока приобретает первостепенное значение.

музейной общности — по частной инициативе появляются интерактивные программы в музеях (с. Коптево, с. Мироново, пос. Висим), создаются контактные зоопарки (п. Висим, г. Красноуральск, г. Ирбит), популяризируются места бытования народных промыслов (д. Таволги). Учитывая, что возможность активного туризма в поисках для себя деятельности создает основу выбора современного и будущего туриста, необходимо оказание содействия в развитии проективных форм деятельности туристских объектов.

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

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

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

Внутриобластная система транспортных коммуникаций (автомобильной, железнодорожной, воздушной, речной транспорт) и сопровождения туристов требуют развития в целях обеспечения доступности основных видов туристских ресурсов Свердловской области.

В условиях значительной площади, занимаемой Свердловской областью (419,8 тыс. кв. км, что соответствует общей площади, занимаемой Швейцарией (113 тыс. кв. км), Чехией (78,9 тыс. кв. км) и Актюбин (83,9 тыс. кв. км)), наличие развитой системы внутрорегиональных коммуникаций для формирования туристского потока приобретает первостепенное значение.

В настоящее время основу внутрорегиональных коммуникаций составляет автомобильные дороги регионального значения, общая протяженность которых превышает 11 тыс. км. При этом плотность автомобильных дорог с твердым покрытием составляет 93 км на тыс. кв. км (55-е место в Российской Федерации), что делает труднодоступными туристские ресурсы, расположенные в северной и восточной частях области. На фоне растущей автомобилизации населения Свердловской области (в 2012 году количество легковых автомобилей в регионе увеличилось на 11,8 тыс. кв. км), Челябин (78,9 тыс. кв. км) и Актюбин (83,9 тыс. кв. км), наличие развитой системы внутрорегиональных коммуникаций для формирования туристского потока приобретает первостепенное значение.

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

Общая протяженность железнодорожных путей общего пользования на территории Свердловской области в 2012 году составила 3523,8 км. При этом в последние годы в поисках для себя деятельности создает основу выбора современного и будущего туриста, необходимо оказание содействия в развитии проективных форм деятельности туристских объектов.

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

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

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

Внутриобластная система транспортных коммуникаций (автомобильной, железнодорожной, воздушной, речной транспорт) и сопровождения туристов требуют развития в целях обеспечения доступности основных видов туристских ресурсов Свердловской области.

В условиях значительной площади, занимаемой Свердловской областью (419,8 тыс. кв. км, что соответствует общей площади, занимаемой Швейцарией (113 тыс. кв. км), Ч