

## **Развитие внутреннего туризма**

**Уровень развития внутреннего туризма в России остается ниже показателей крупных зарубежных стран, а программы по поддержке отрасли требуют расширения.**

### **Развитие внутреннего туризма сегодня является одной из наиболее актуальных задач и для России, и для зарубежных стран**

Несмотря на то, что туристическая сфера в России сейчас имеет возможности для ускоренного развития (прежде всего в связи со спросом на внутренний туризм в условиях практически закрытых границ), в целом отрасль находится в состоянии провала из-за ограничений, введенных во время пандемии. Так, по последним имеющимся данным Росстата, за январь-июнь этого года численность размещенных лиц в отелях и прочих коллективных средствах размещения упала на 51,1% в годовом выражении, а доходы отелей и коллективных средств размещения – на 53,5%.

При этом задачи развития внутреннего туризма стоят и перед большинством зарубежных стран, находящихся в аналогичных с Россией условиях. Согласно вышедшему на этой неделе отчету Всемирной туристской организации (UNWTO), индустрия внутреннего туризма является крайне значимой для туристической отрасли, поскольку в целом по миру число внутренних туристов более чем в 6 раз превышает число международных туристов. Кроме того, в условиях пандемии именно страны с более развитым сектором внутреннего туризма будут восстанавливаться быстрее.

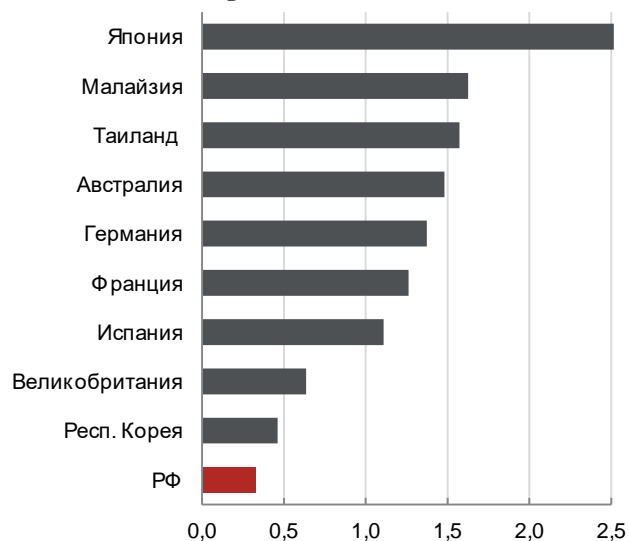
### **Однако Россия сегодня отстает по уровню развития внутреннего туризма от ряда зарубежных стран, что, с одной стороны, дает больше возможностей, но с другой – говорит о слабости сектора и необходимости его поддержки**

По оценке Всемирной туристской организации, страны с крупнейшими рынками внутреннего туризма – это Индия, Китай и США из-за высокой численности населения и большой по площади территории. К крупным рынкам в данной сфере также относят Японию, Бразилию, Францию и Испанию. Однако если первые три страны, а также Бразилия, превосходят Россию по численности населения, то остальные страны имеют меньшее число жителей. При этом все упомянутые страны имеют меньшую площадь территории по сравнению с нашей страной. А это значит, что потенциал внутреннего туризма в России явно недоиспользован.

Ряд статистических показателей также подтверждает этот вывод. Так, по числу внутренних туристов, размещенных в отелях (в расчете на душу населения), Россия значительно уступает многим крупным странам. Если в Японии этот показатель составляет 2,5, в Таиланде – 1,6, Германии – 1,4, то в России – лишь 0,3 (см. рис. 1). Аналогичное отставание наблюдается и по числу ночей, проведенных внутренними туристами в отелях на душу населения страны (см. рис. 2).

При этом по объему расходов туристов крупнейшими рынками внутреннего туризма являются США (1 трлн. долл.), Германия (249 млрд. долл.), Япония (201 млрд. долл.), Великобритания (154 млрд. долл.) и Мексика (139 млрд. долл.). По России Всемирная туристская организация данные не приводит. Однако в 2018 г. валовая добавленная стоимость всей туристской индустрии в России составляла 3,68 трлн. руб., или около 58,9 млрд. долл. – соответственно, объем рынка, приходящийся на внутренний туризм, составляет еще меньшую величину.

**Рис. 1. Число внутренних туристов, размещенных в отелях, на душу населения в отдельных странах в 2018 г.**



Источник: UNWTO, расчеты ИКСИ

**Рис. 2. Число ночей, проведенных внутренними туристами в отелях, на душу населения в отдельных странах в 2018 г.**



Источник: UNWTO, расчеты ИКСИ

## **Реализуемые в России меры поддержки внутреннего туризма требуют существенного расширения**

Всемирная туристская организация указывает, что меры поддержки внутреннего туризма в различных странах включают в себя прежде всего финансовые стимулы – как со стороны спроса, так и предложения. Среди таких мер – выдача ваучеров жителям страны для целей внутреннего туризма, налоговые стимулы (например, снижение НДС на внутренние авиаперелеты и прочие туристические услуги), предоставление финансовой поддержки организациям в сфере туризма.

Программа по частичной компенсации расходов российских туристов на поездки по стране в размере от 5 до 15 тыс. руб. (65-200 долл.), реализованная в конце августа, также относится к числу финансовых стимулов. Однако программа носила краткосрочный характер (действовала в течение 1 недели), и за это время было продано туров лишь примерно на 1,4 млрд. руб., или 18,5 млн. долл. Таким образом, лимит выделенных средств на данную программу (15 млрд. руб., или около 198 млн. долл.), остался практически неиспользованным. Учитывая, что объем компенсации за туры по стране не превышал 20% от стоимости тура, это означает, что в реальности на поддержку туризма по программе может быть потрачено не больше 280 млн. руб., или менее 2% заложенных на нее средств.

Невысокий спрос на туры в рамках программы был связан в том числе с невысоким уровнем компенсации. В ряде зарубежных стран подобные компенсации были выше. Например, в Греции сотрудникам частных компаний выдавали ваучеры на сумму около 350 долл. для проведения отпуска в путешествиях внутри страны. В Италии предоставлялись ваучеры на сумму от 180 до 600 долл. (в зависимости от размера семьи) на проживание в отелях. А правительство Малайзии не только выдает ваучеры населению, но предоставляет также возможность получения налогового вычета на сумму до 227 долл. по расходам на внутренний туризм. Важно и то, что данные программы, как правило, действуют в течение нескольких месяцев, а не одну неделю, как в России.

Развитие внутреннего туризма в России требует системных мер, направленных на совершенствование туристической инфраструктуры не только в регионах, традиционно ориентированных на индустрию туризма, но и в остальных субъектах РФ, имеющих туристический потенциал. Туристический поток на огромной территории России сегодня сконцентрирован в южных регионах, прежде всего в Краснодарском

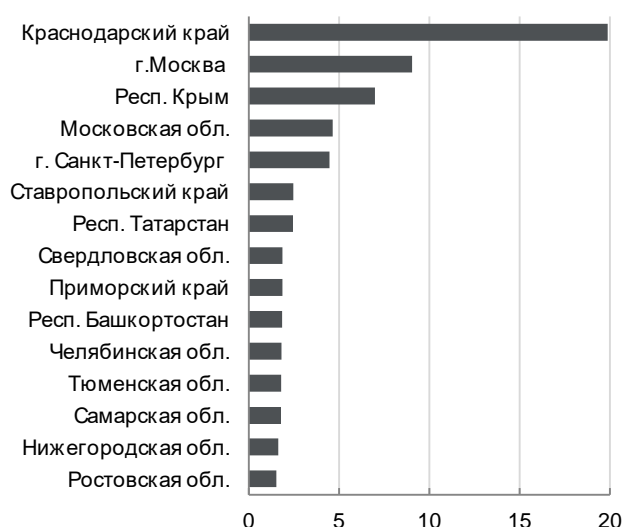
крае и Республике Крым, и в крупных городах – Москве и Санкт-Петербурге, а также в Московской области. Так, по этим направлениям доля размещенных лиц в отелях и прочих средствах коллективного размещения достигала почти 45% (см. рис. 3). Там же расположена и основная туристическая инфраструктура, в частности 45% всех гостиничных номеров (см. рис. 4). В эти же регионы направляется и наибольший объем инвестиций, в частности более 66% объема инвестиций в основной капитал средств размещения в 2019 г. При этом 38% таких инвестиций было направлено только в Республику Крым. Остальные же регионы остаются вне внимания и туристов, и инвесторов.

**Рис. 3. Регионы с наибольшей долей в общем числе граждан РФ, размещенных в отелях и прочих средствах коллективного размещения в 2019 г., в %**



Источник: Росстат, расчеты ИКСИ

**Рис. 4. Регионы с наибольшей долей в номерном фонде в отелях и прочих средствах коллективного размещения в 2019 г., в %**



Источник: Росстат, расчеты ИКСИ

Одной из наиболее значимых системных мер по развитию внутреннего туризма сегодня является субсидирование внутренних авиаперевозок и обнуление НДС для межрегиональных авиаперевозок в обход Московского авиаузла. Однако необходима и реализация более масштабной программы развития инфраструктуры внутреннего туризма в стране, в том числе:

- Строительство и модернизация транспортной инфраструктуры (автодорог, железных дорог, аэропортов), что будет способствовать и росту транспортной доступности удаленных регионов, и снижению стоимости туристических поездок в результате усиления конкуренции между аэропортами и авиаперевозчиками.
- Развитие чартерных авиарейсов и продажи турпакетов в новые туристические районы, включающие перелет, трансфер, проживание, питание и экскурсионные программы для снижения стоимости поездок. Активизация продаж турпакетов, включающих комплекс туристических услуг, может снизить стоимость поездок в целом на 30-50% по сравнению с самостоятельными поездками, а также повысить информированность потенциальных туристов о возможностях поехать по новым направлениям.
- Стимулирование развития гостиниц и прочей туристической инфраструктуры (туристических маршрутов, экскурсионных услуг и т.д.) путем предоставления льготных целевых кредитов и повышения доступности кредитования в целом, субсидирования инвестиций в гостиничную инфраструктуру региона, предоставления налоговых вычетов и реализации частно-государственных проектов. При этом важно повышать качество туристических услуг, в частности гостиничных, в соответствии с международными стандартами.

- Расширение планов проведения мероприятий для развития делового, культурного, спортивного и иных видов туризма в удаленных и недооцененных с точки зрения туризма регионах, прежде всего в период низкого сезона.
- Пролонгация программы субсидирования туристических поездок по стране, с одновременным увеличением размеров выплат.

Данные меры поддержат не только сектор внутреннего туризма, но и большое число смежных отраслей. Кроме того, они будут способствовать развитию малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, а также дадут возможность менее обеспеченным слоям населения более полноценно организовать отдых.