

**N.A. Khoferikhter**

## **STRATEGIC APPROACHES TO PROMOTING DESTINATIONS ON TOURIST SERVICES MARKET**

**Natalia Khoferikhter** – assistant Head of the Department of World Economy and Management of International Banking Institute, St. Petersburg; e-mail: [dekanat205@yandex.ru](mailto:dekanat205@yandex.ru).

*The relevance of the research is based on the need to find a complex solution to the problem of increasing the competitiveness of the domestic market of tourist services. The implementation of the measures planned at the government level will contribute to reaching the intended results. In its turn, the efficient development of the sphere of tourism will secure national economic growth as a whole.*

*The research is based on the main normative legal documents concerning the development of the sphere of tourism. We look at measures targeted at forming a single tourist space on the territory of our country. We consider the process of forming tourist destinations. The need to develop a set of measures involving governmental bodies and administrative bodies in the sphere of tourism and tourist business is proved. We substantiate the importance of increasing the competitiveness of the domestic market of tourist services in international tourist space.*

*The results obtained will contribute to creating prerequisites for the growth of social and economic efficiency of the market of tourist services.*

**Keywords:** tourist destination; market of tourist services; tourist information centers; competitiveness of domestic market.

**Н.А. Хоферихтер**

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОДВИЖЕНИЮ ДЕСТИНАЦИЙ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

**Наталья Александровна Хоферихтер** – помощник заведующего кафедрой мировой экономики и менеджмента АНО ВПО «Международный банковский институт», г. Санкт-Петербург; e-mail: [dekanat205@yandex.ru](mailto:dekanat205@yandex.ru).

*Актуальность исследования заключается в необходимости комплексного решения задачи повышения конкурентоспособности отечественного рынка туристских услуг. Реализация намеченных на государственном уровне программных мероприятий позволит достигнуть поставленных целевых ориентиров. В свою очередь, эффективное развитие сферы туризма обеспечит рост экономики страны в целом.*

*Статья базируется на основополагающих нормативно-правовых документах в области развития сферы туризма. В работе рассматриваются меры, направленные на формирование единого туристского пространства на территории нашей страны. Исследуется процесс формирования туристских дестинаций. Обосновывается необходимость в комплексе реализуемых мер при привлечении органов власти, органов управления в сфере туризма и туристического бизнеса. Доказывается значимость повышения конкурентоспособности отечественного рынка туристских услуг в международном туристском пространстве.*

*Результаты проведенного исследования позволят создать предпосылки для роста социально-экономической эффективности рынка туристских услуг.*

**Ключевые слова:** туристская дестинация; рынок туристских услуг; туристско-информационные центры; конкурентоспособность отечественного рынка.

Как отмечается в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федера-

ции (2011–2018)» [1], основой развития сферы туризма являются туристские центры. В настоящее время, в условиях раз-

вития туристских дестинаций и туристских кластеров, стимулирование деятельности туристских центров по-прежнему остается актуальной задачей государства в РФ. Отметим в этой связи, что в 2011 году была утверждена соответствующая программа для развития Санкт-Петербурга как туристского центра на ближайшие пять лет [3]. Согласно документу, совершенствование условий для устойчивого развития туризма в Санкт-Петербурге становится задачей, решение которой должно реализовываться исполнительными органами субъекта федерации с привлечением научных организаций и предприятий туристической отрасли города. Основными направлениями по решению данной задачи в Программе были определены следующие:

- формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка;
- обеспечение оздоровления экономики;
- предоставление широких возможностей для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах.

При этом особый акцент делался на том, что туриндустрия является одной из наиболее высокодоходных отраслей мирового хозяйства. В результате, основной задачей развития Санкт-Петербурга как туристского центра было определено формирование современной стратегии продвижения туристического продукта на внутреннем и международном рынках [3]. Как отмечается в документе, практически по всем показателям, выделенным в Программе, к 2016 году должна наметиться тенденция к их увеличению в два раза по отношению к 2011 году. Среди основных показателей были отмечены следующие:

- количество российских и иностранных туристов;
- объемы потребления российских и иностранных туристов;
- средняя продолжительность пребывания иностранных туристов;
- объем платных услуг населению в сфере туризма;
- объем платных услуг гостиниц и

средств размещения.

В целом, задача развития Санкт-Петербурга как туристского центра ориентирована на повышение социально-экономического эффекта. Предполагалось, что экономический эффект будет достигнут за счет роста инвестиций в сферу туризма, расширения спектра туристских услуг, повышения качества туристских услуг, увеличения туристского потока.

Социальный эффект будет достигнут, благодаря удовлетворению потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплению здоровья населения, приобщению к культурным ценностям подрастающего поколения. Таким образом, развитие Санкт-Петербурга как туристского центра должно обеспечить решение таких важных задач, как создание дополнительных рабочих мест, пополнение бюджетов всех уровней, рост ВРП.

При этом следует отметить, что развитие Санкт-Петербурга как туристского центра связывалось с развитием малого бизнеса, так как именно на него была возложена основная нагрузка по обеспечению туристской отрасли субъекта федерации. По прогнозным оценкам, совместные усилия предприятий малого бизнеса и Правительства Санкт-Петербурга должны были привести к переориентации российского потребителя на внутренний туристский продукт. Это увеличило бы как поступления в местный бюджет, так и занятость населения в этом секторе. Укрепление туристской инфраструктуры, а также развитие уже имеющихся туристских объектов позволило бы увеличить приток иностранных туристов и сделать туристский рынок Санкт-Петербурга конкурентоспособным как на внутреннем, так и на мировом рынке туристских услуг.

При достижении Санкт-Петербургом как туристским центром цели повышения доходности сферы туризма по отношению к другим отраслям народного хозяйства у города будут сформированы необходимые предпосылки для дальнейшего экономического роста. В результате становится возможным переход на инновационную модель развития экономики, рост уровня

и качества жизни населения, улучшение международного имиджа Санкт-Петербурга.

Отметим, что Программа базировалась на Законе Санкт-Петербурга от 02.07.2003 г. «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-Петербурге» [2], Законе Санкт-Петербурга от 24.06.2009 г. «О Правительстве Санкт-Петербурга» и Постановлении Правительства Санкт-Петербурга от 20.10.2010 г. «Об организации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга по подготовке решений о бюджетных инвестициях в объекты государственной собственности Санкт-Петербурга и порядке формирования и реализации Адресной инвестиционной программы». Таким образом, в Законе Санкт-Петербурга «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-Петербурге» [2] развитие туризма в городе связывается с непосредственной поддержкой со стороны власти субъекта федерации. В этой связи среди основных целей поддержки были определены следующие:

- рост доходов бюджета города;
- популяризация образа Санкт-Петербурга как крупного российского и международного туристского центра;
- развитие международных связей в сфере туризма.

Подход, применяемый в указанном Законе, отражал складывающиеся на тот момент тенденции, однако в дальнейшем уже перестал отвечать изменяющимся условиям хозяйствования. В результате, в Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга до 2030 года, которая была утверждена в мае 2014 года [4], формируемая цель определялась исходя из требований рынка и прежде всего того, что Санкт-Петербург должен развиваться как туристский центр.

На наш взгляд, генеральная цель Стратегии – обеспечение стабильного улучшения качества жизни горожан и повышение глобальной конкурентоспособности Санкт-Петербурга – непосредственным образом связана с направлениями, которые были регламентированы Программой развития Санкт-Петербурга как

туристского центра на 2011–2016 годы.

Кроме того, основные стратегические направления Стратегии показывают, что правительством субъекта федерации реализуются последовательные мероприятия в области повышения ключевых экономических показателей города. При этом становится очевидным, что именно реализация Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы позволит достичь части из них. Так, в Стратегии [4] выделены такие направления, как обеспечение устойчивого экономического роста, развитие человеческого капитала, повышение качества городской среды, обеспечение эффективности управления, развитие гражданского общества.

Таким образом, поступательное развитие Санкт-Петербурга как туристского центра является необходимым этапом реализации Стратегии развития субъекта федерации.

Отметим, что первые туристско-информационные центры в Санкт-Петербурге появились в начале 2000-х годов. Их основной задачей являлось создание комфортной информационной среды для гостей города, а также активное продвижение туристического достояния города на внутреннем и международном рынке. При этом отличительной особенностью туристско-информационных центров была безвозмездность предоставляемой информации [6].

В плане мероприятий по реализации Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы предусмотрено создание петербургских туристско-информационных центров в европейских столицах [5]. Так, предполагается создание сети туристско-информационных секций за рубежом в составе информационно-деловых центров Санкт-Петербурга в г. Гамбург (Германия), г. Хельсинки (Финляндия), г. Париж (Франция). В марте 2012 года ещё было неизвестно, как именно будут работать такие центры и какие услуги они будут оказывать потенциальным туристам. При этом предполагалось, что средства для их функционирования будут привлекаться из

внебюджетных источников.

Летом 2012 года на Межрегиональной научно-практической конференции «Роль туристских информационных центров и пунктов в формировании имиджа Российской Федерации как страны, благоприятной для туризма», которая проводилась в Санкт-Петербурге, отмечалась необходимость организации единой площадки для туристско-информационных центров России. Ее организация позволит решить следующие основные задачи:

- наладить эффективное взаимодействие туристско-информационных центров друг с другом;
- обмениваться имеющимся у регионов опытом;
- выработать общую стратегию дальнейшего развития туристско-информационных центров России;
- наладить взаимодействие туристско-рекреационных центров с местными органами власти в области туризма;
- обеспечить условия для развития въездного и внутреннего туризма;
- повысить уровень России как туристского бренда.

Кроме того, в рамках конференции был представлен алгоритм создания системы туристских информационных центров и пунктов в Российской Федерации [10].

Зарубежный опыт образования туристско-информационных центров свидетельствует о решении большинства задач таких центров при непосредственном участии государственных органов управления. В рамках конференции подобная поддержка была обещана участникам отечественного рынка туризма [10].

Особое внимание уделяется тому, что туристско-информационные центры призваны не только информировать, но и давать рекомендации по посещению наиболее интересных мест, а также помогать туристам сориентироваться в городе и оказывать всяческую поддержку при возникновении каких-либо экстренных ситуаций [7]. Решению этой задачи должно способствовать развитие интерактивных туристско-информационных центров, представляющих собой специально скон-

струированные сенсорные экраны. Они направлены на реализацию тех же функций, что и обычные туристско-информационные центры. Однако интерактивные центры позволяют пользоваться интерактивной картой и выстраивать на ней интересные маршруты. Кроме того, посредством их использования турист получает возможность связаться с сотрудником туристского call-центра и пообщаться с ним в устной форме.

В целом, открытие туристско-информационных центров, распространение путеводителей и карт, применение интерактивных методов донесения информации, разработка мобильных приложений, развитие туристского портала и специализированного туристского call-центра ориентированы на формирование цивилизованного информационного пространства в рамках отдельной территории, субъекта федерации. Данные решения позволят обеспечить условия для создания единой информационной среды в регионе на основе наиболее полного использования имеющегося туристского потенциала.

Таким образом, взаимодействие органов власти на всех уровнях, органов управления в сфере туризма и туристического бизнеса должно быть направлено на формирование рынка туристских услуг и выведение его на уровень наиболее высокодоходных отраслей мирового хозяйства, что позволит выступать туристической сфере локомотивом экономического роста страны в целом.

В октябре 2013 года в Выборге под председательством заместителя министра культуры РФ А.Ю. Маниловой поднималась проблема создания Ассоциации туристских информационных центров в России. Согласно данным Министерства культуры РФ в регионах насчитывается более 120 туристско-информационных центров [9]. Такое положение требует создания в стране некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация туристских информационных центров». Его основными задачами должны стать:

- совершенствование действующего законодательства в сфере туризма;
- формирование единого информаци-

онного пространства;

- разработка единых стандартов деятельности;
- обмен опытом;
- обучение единым стандартам информирования туристов;
- проведение регулярных конференций.

В результате, в конце 2013 года при поддержке Министерства культуры РФ, Федерального агентства по туризму и туристического бизнеса было создано некоммерческое партнерство «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» [8]. Его основными целевыми ориентирами стали следующие:

- формирование положительного туристского имиджа регионов Российской Федерации;
- создание единого туристско-информационного пространства;
- содействие в развитии туристско-информационной деятельности в России [8].

Задачами Партнерства, направленными на достижение указанных целей, были определены следующие:

- формирование положительного туристского имиджа регионов Российской Федерации на мировом рынке туристских услуг;
- создание единого информационного пространства и использование его как инструмента продвижения дестинаций;
- введение единых стандартов деятельности туристско-информационных центров РФ;
- внедрение инновационных технологий в сфере туризма для продвижения дестинаций и туристских продуктов РФ.

Все проекты, реализуемые в рамках Партнерства, нацелены на создание единого информационного банка данных о туристском потенциале страны.

Таким образом, в настоящее время в стране формируется общее туристское пространство, объединяющее участников рынка в продвижении туристического продукта. Всё это способствует созданию условий для эффективного продвижения субъектов федерации и страны в целом на международном туристском рынке.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018)» / Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL: <http://russiaturforum.com/> (дата обращения: 16.01.2015).

2. Закон Санкт-Петербурга от 09.07.2003 г. № 409-52 «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-Петербурге» // Информационно-правовой портал «BestPravo». URL: <http://www.bestpravo.ru/leningradskaya/zk-dokumenty/10a.htm> (дата обращения: 16.01.2015).

3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 07.06.2011 г. № 732 «О Программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы» // Информационно-правовой портал «BestPravo». URL: <http://www.bestpravo.ru/leningradskaya/ea-pravila/f3w.htm> (дата обращения: 16.01.2015).

4. Стратегия экономического и социального развития Санкт-Петербурга до 2030 года. Утв. 13.05.2014 г. Постановлением Правительства Санкт-Петербурга № 355 // Официальный портал Администрации Санкт-Петербурга. URL: [http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c\\_econom/strategiya-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya-sankt-peterburga-do-2030/](http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_econom/strategiya-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya-sankt-peterburga-do-2030/) (дата обращения: 16.01.2015).

5. В Хельсинки планируется открыть петербургский туристско-информационный центр // «Фонтанка.FI» – Петербургский портал о Финляндии. URL: <http://fontanka.fi/articles/4486/> (дата обращения: 16.01.2015).

6. Городские туристско-информационные центры Санкт-Петербурга // Туристический интернет-портал [tour52.ru](http://tour52.ru) – все о туризме. URL: [http://spb.tour52.ru/online/polezno/turistsko-informatsionnyu\\_tsentr\\_sankt-peterburga.html](http://spb.tour52.ru/online/polezno/turistsko-informatsionnyu_tsentr_sankt-peterburga.html) (дата обращения: 16.01.2015).

7. Москва открывает новые туристско-информационные центры // Турбизнес: [сайт]. URL: <http://www.tourbus.ru/news/6508.html> (дата обращения: 16.01.2015).

8. Некоммерческое партнерство НАИТО. URL: <http://naito-russia.ru/> (дата обращения: 16.01.2015).

9. Создается Ассоциация туристско-информационных центров России // Портал органов государственной власти Ярославской области. URL: <http://www.yarregion.ru/depts/tourism/tmpPages/news.aspx?newsID=150> (дата обращения:

16.01.2015).

10. Туристско-информационные центры России учатся работать сообща // Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии RATA-NEWS. URL: [http://ratanews.ru/news/news\\_4072012\\_8.stm](http://ratanews.ru/news/news_4072012_8.stm) (дата обращения: 16.01.2015).