



С О В Е Т
Ф Е Д Е Р А Ц И И

Федерального Собрания
Российской Федерации

Комитет Совета
Федерации по
социальной
политике

Аналитическое
управление
Аппарата Совета
Федерации

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК № 47 (646)

Анализ зарубежного опыта
развития внутреннего и
въездного туризма

Настоящий аналитический вестник посвящен анализу опыта законодательного регулирования развития внутреннего и въездного туризма в странах Европы, Азии, Африки, Северной и Латинской Америки.

Особое внимание уделено развитию социального туризма (в том числе, для детей, молодежи, многодетных семей, пенсионеров, инвалидов).

Выпуск содержит информацию Министерства иностранных дел Российской Федерации, а также Министерства экономического развития Российской Федерации, подготовленную на основе данных, полученных из посольств и торговых представительств Российской Федерации за рубежом.

Данная публикация может быть использована в законодательной деятельности Совета Федерации, в работе органов государственной власти, а также муниципальных образований, научных и образовательных учреждений, представителей туристской индустрии.

СОДЕРЖАНИЕ

В.В. Рязанский, председатель Комитета Совета Федерации по социальной политике

Об актуальности развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 4

Опыт законодательного регулирования развития внутреннего туризма в странах Европы, Азии, Африки, Северной и Латинской Америки 7

СТРАНЫ ЕВРОПЫ 7

Австрия 7

Бельгия 11

Болгария 15

Великобритания 17

Венгрия 18

Германия 23

Дания 25

Испания 28

Италия 31

Литва 36

Нидерланды 36

Норвегия 40

Польша 42

Словакия 44

Сербия 45

Финляндия 47

Франция 49

Чехия 55

Швейцария 57

Швеция 60

СТРАНЫ АЗИИ И АФРИКИ 63

Австралия 63

Алжир 65

Вьетнам 66

Египет 69

Индия 71

Индонезия 73

Иран 74

Камбоджа 76

Китай 77

Малайзия.....	84
Марокко	87
Пакистан.....	87
Республика Корея.....	88
Таиланд.....	91
Турция	93
Филиппины	93
ЮАР	93
Япония.....	95
СТРАНЫ СЕВЕРНОЙ И ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ	98
Аргентина	98
Бразилия	101
Венесуэла	105
Доминиканская Республика	106
Канада	108
Колумбия.....	114
Куба	116
Мексика	117
Никарагуа	118
Панама	119
Парагвай	119
Перу.....	121
США.....	122
Чили.....	129
Эквадор	130
Ямайка.....	130
Статистические данные	131

Об актуальности развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации

В.В. Рязанский, председатель Комитета
Совета Федерации по социальной политике

Туристская индустрия является одним из самых перспективных и активно развивающихся секторов мировой экономики.

Количество международных туристов выросло с 25 млн. человек в 1950 году до 1,18 млрд. к началу 2016 года. Сегодня каждый шестой житель Земли – турист. При этом по прогнозу экспертов их количество продолжит увеличиваться в среднем на 3,3% в год и достигнет к 2030 году 1,8 млрд. человек.

По данным Всемирной туристской организации сфере туризма принадлежит около 9% мирового ВВП (это порядка 7,2 трлн. долларов США) и каждое 11-е рабочее место в мире. Только в 2015 году было создано 2,5 млн. рабочих мест, связанных с обслуживанием туристов – в турагентствах, гостиничном и ресторанном бизнесе, авиаперевозках.

Туризм дает импульс развитию более чем 50 отраслей народного хозяйства. В мировом экспорте товаров и услуг он уступает лишь топливной и химической промышленности, при этом опережая производство продуктов питания и автомобильную индустрию¹.

Учитывая глобальную значимость отрасли, в том числе ее положительный экономический эффект, развитие внутреннего и въездного туризма определено в качестве одного из приоритетных направлений государственной политики России.

Наша страна обладает огромным туристским потенциалом. В ее регионах сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурно-исторического наследия. Здесь проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события.

Развитие туризма способствует увеличению местных доходов, созданию новых рабочих мест и соответствующей инфраструктуры, активизации деятельности народных промыслов, а значит – повышению уровня жизни населения.

С 2014 года произошло качественное изменение структуры российского туристического рынка благодаря снижению выездного и существенному росту объемов внутреннего и въездного туризма. Это подтверждается статистическими данными: количество совершенных российскими туристами поездок за рубеж в 2015 году сократилось по сравнению с 2014 годом с 42,9 до 34,4 млн. поездок (почти на 20%).

Кроме того, растет число иностранных путешественников, посещающих Россию. В 2015 году ими было совершено 26,9 млн. поездок в нашу страну, что на 1,4 млн. поездок (на 5,3%) больше, чем годом ранее.

Такие позитивные для страны тенденции указывают на необходимость дальнейшего совершенствования законодательства в данной сфере. Основной целью должно быть повышение доступности и безопасности отдыха в России, а также привлекательности путешествий как для россиян, так и для иностранных граждан.

С 1 января 2017 года вступают в силу положения Федерального закона от 02.03.2016 г. № 49-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства,

¹ Доклад Всемирной туристской организации (UNWTO) за 2015 год.

регулирующего туристскую деятельность» (далее – Федеральный закон № 49-ФЗ). Он направлен на совершенствование законодательства в части правового регулирования выездного туризма, усиление ответственности участников туристского рынка, повышение качества предоставляемых услуг и уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации.

Кроме того, Федеральным законом № 49-ФЗ введены такие понятия, как «система навигации и ориентирования в сфере туризма», «туристский информационный центр», а также «детский туризм», поддержка и развитие которого отнесено к приоритетным направлениям государственного регулирования туристской деятельности наряду с внутренним, выездным, социальным и самодетельным туризмом. Новые положения, касающиеся введения электронной путевки, вступают в силу с 1 января 2018 года.

В Федеральном законе № 49-ФЗ учтены поправки членов Совета Федерации, направленные на конкретизацию полномочий в сфере туризма на федеральном, региональном уровнях, а также определение прав муниципальных образований. Вступающие в силу 1 января 2017 года положения о конкретизации полномочий будут способствовать развитию внутреннего и выездного туризма, повышению качества и безопасности туруслуг, формированию, продвижению и реализации конкурентоспособного отечественного турпродукта, а также привлечению инвестиций, повышению занятости населения, увеличению предприятий малого и среднего бизнеса, доходов муниципального, регионального и федерального уровней, социально-экономическому развитию регионов и России в целом.

Не менее важен законопроект № 871036-6, направленный на развитие в нашей стране социального туризма². Он предоставляет работодателям право учитывать в составе расходов на оплату труда затраты, понесенные на оплату услуг по организации туризма и отдыха внутри страны (не более чем 50 тыс. рублей на человека в год).

На состоявшемся в августе 2015 года в г. Ялте заседании президиума Государственного совета, посвященного вопросам развития туризма, Президент России В.В. Путин отметил, что в Северной Америке, Азии, Европе количество граждан, отдыхающих в своих собственных странах, достигает до 80 и более процентов.

В Российской Федерации из 146 миллионов населения страны большинство населения (50-60%) не путешествует. Главным сдерживающим фактором остается нехватка у граждан денежных средств. А в сложившихся социально-экономических и политических условиях (повышение стоимости туристских услуг, снижение реальных доходов населения и др.) государственная поддержка развития внутреннего и социального туризма приобретает особую актуальность.

В то же время законопроект № 871036-6 направлен на государственную поддержку туризма в Российской Федерации, так как увеличение числа туристов будет способствовать сохранению рабочих мест и кадрового потенциала, привлечению дополнительных инвестиций, реконструкции и созданию новой инфраструктуры, повышению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, социально-экономическому развитию регионов.

² Законопроект № 871036-6 «О внесении изменений в статьи 255 и 270 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» (в части включения в состав расходов, учитываемых при налогообложении прибыли организаций, расходов на оплату услуг по организации туризма и отдыха работников и членов их семей на территории Российской Федерации). Внесен членами Совета Федерации В.В. Рязанским, И.Н. Чернышевым, А.А. Борисовым, В.В. Полетаевым; депутатами Государственной Думы И.И. Гильмутдиновым, Н.И. Горовой, М.Х. Юсуповым, Р.В. Кармазиной, Р.А. Шлегелем 27.08.2015 г.

Совет Федерации уделяет также пристальное внимание комплексному развитию туристской отрасли в России. Так, 18 мая 2016 года был проведен «правительственный час» на тему «О развитии в современных условиях внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации». Принято постановление Совета Федерации³, в котором даны конкретные рекомендации по решению актуальных проблем.

На постоянном контроле профильных комитетов находится развитие российских курортов в связи с их высокой социальной значимостью, а также широкими возможностями для лечебно-оздоровительного туризма⁴. 27 октября 2016 года состоялось совместное выездное заседание Комитета Совета Федерации по социальной политике, Комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам, Комитета Совета Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера на тему «Комплексное развитие города-курорта Кисловодска». По итогам заседания его участники выработали ряд рекомендаций федеральным и региональным органам государственной власти.

В данном вестнике представлен зарубежный опыт развития въездного и внутреннего туризма, в том числе социального, включающий законодательное регулирование сферы туризма, меры по привлечению дополнительных инвестиций в туристическую индустрию, различные методы создания необходимых условий для ведения бизнеса в этой отрасли, привлечения социально незащищенных слоев населения к отдыху и путешествиям, повышения туристической привлекательности ряда зарубежных стран. Анализ данного опыта будет полезен при дальнейшей работе по совершенствованию российского законодательства в сфере туризма.

³ Постановление Совета Федерации от 15.06.2016 г. № 279-СФ «О развитии в современных условиях внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации».

⁴ Постановление Совета Федерации от 09.07.2014 г. № 388-СФ «О мерах, направленных на развитие особо охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации – Кавказских Минеральных Вод».

Опыт законодательного регулирования развития внутреннего туризма в странах Европы, Азии, Африки, Северной и Латинской Америки

СТРАНЫ ЕВРОПЫ

Австрия

Информация Минэкономразвития России

В Австрийской Республике туристическая деятельность относится к компетенции Федерального министерства науки, исследований и экономики.

Среди особенностей государственного регулирования в данной сфере можно выделить:

- рассмотрение туристической отрасли как интегрированной части экономики страны и ее развитие в качестве инструмента для решения общеэкономических проблем федерального масштаба (выравнивание уровней экономического развития регионов, развитие малого и среднего предпринимательства, снижение уровня безработицы и т.д.);

- подчиненность туристической отрасли общему региональному и федеральному законодательству, а также общеевропейским нормам, высокая степень их гармонизации;

- наличие эффективного института финансовых гарантий на случай банкротства компании;

- широкий спектр предоставляемых федеральными и региональными властями налоговых скидок и льгот, начиная от общих, касающихся в целом малого и среднего предпринимательства, и заканчивая конкретными мерами для отдельных предприятий конкретного региона;

- финансовая поддержка государством предприятий туристической отрасли в рамках различных программ и специально разработанных планов;

- поддержка кадрового обеспечения туризма посредством создания и финансирования различных курсов и программ по повышению квалификации;

- финансирование деятельности ряда научно-исследовательских институтов, занимающихся проблемами туризма.

Государство оказывает помощь туристическому сектору посредством: субсидирования туристических проектов; выдачи льготных займов туристическим фирмам; государственного поручительства в отношении займов и субсидий, предоставленных коммерческими банками на развитие туризма.

Государственное регулирование туристической деятельности осуществляется путем:

- содействия в продвижении туристического продукта на внутреннем и мировом туристических рынках;

- лицензирования, стандартизации в туристической индустрии, сертификации туристического продукта;

- прямых бюджетных ассигнований на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма;

- создания благоприятных условий для инвестиций в туристическую индустрию;
- предоставления льготных кредитов, установления налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристической деятельностью;
- налогового и таможенного регулирования;
- развития научных исследований в сфере туризма и др.

Существенная работа по развитию федерального туризма ведется от имени и по поручению Федерального министерства экономики, науки и исследований Гостиничным и туристическим банком Австрии (ГТБА), представляющим собой специальный институт для финансирования и поощрения инвестиций в сфере туризма (www.oeht.at).

Профессиональное продвижение туризма направлено на укрепление конкурентоспособности австрийского гостиничного и гастрономического секторов посредством их инвестиционной поддержки.

Финансирование состоит из грантов, процентных ставок по субсидиям, кредитов и передачи обязательств. В дополнение к федеральным мерам продвижения в сфере туризма также используются европейские средства, средства инвестиционных фондов и Европейского инвестиционного банка. Запросы и ходатайства касательно продвижения какого-либо конкретного проекта должны быть направлены в соответствующие органы.

Федеральное министерство экономики, науки и исследований напрямую оказывает содействие проектам, представляющим общественный интерес при их реализации, способствующим экономическому прогрессу. Правовой основой является федеральная программа «Общие рамочные принципы субсидирования из средств федерального бюджета», утвержденная Федеральным министерством экономики, науки и исследований 22 августа 2014 года.

Федеральным министерством экономики, науки и исследований также заложены средства в программу ЕС 2014–2020 на национальное софинансирование продвижения проектов ЕС с особым туристическим значением.

В сфере предоставления субсидий ЕС имеет возможность, прежде всего, поддерживать проекты из программы развития сельских районов. Существуют различные формальные требования для заявок на финансирование.

Основанием для предоставления субсидий от ГТБА по возложенным на него Австрийской Республикой обязательствам является Закон о содействии малому и среднему предпринимательству от 20 августа 1996 г. с поправками и действиями к руководству, принятыми на основании этого закона.

Федеральная программа «Общие рамочные принципы субсидирования из средств федерального бюджета»

Раздел А – Инвестиции.

Цель: Инвестиционная поддержка существующих малых и средних предприятий.

Кто финансирует?

Физические и юридические лица, собственники (на основе договора управления пользованием).

Что финансируется?

1. Улучшение качества.
2. Оптимизация размеров производства, дифференциация предложений и инноваций.

3. Строительство и модернизация инфраструктуры в сфере туризма.

4. Набор и обучение обслуживающего персонала.

5. Создание условий для безопасности окружающей среды.

6. Инвестиции в передачу управления предприятием.

Как финансируется?

Проекты с инвестиционными затратами от 100 тыс. до 700 тыс. евро: единоразовое финансирование в максимальном размере 5% от общей суммы инвестиций.

Проекты с инвестиционными затратами от 700 тыс. до 1 млн. евро: предоставление кредита с упрощенным налогообложением ГТБА в максимальном размере от общей суммы инвестиций 60% (для новых построек 50%).

Проекты с инвестиционными затратами свыше 1 млн. евро: предоставление кредита в максимальном размере от общей суммы инвестиций 60% (для новых построек 50%) государством на срок 10 лет под процентную ставку в размере 2%.

Субсидированный объем финансирования ограничен 5 млн. евро.

Раздел В – Молодые предприниматели.

Цель: Поддержка создания и приобретения малого и среднего предпринимательства

Кто финансирует?

Физические и юридические лица, а также другие компании, в соответствии с законом о предпринимательстве.

Молодой предприниматель в течение последних 5 лет не должен являться индивидуальным предпринимателем, а также, в случае необходимости, доказать свою квалификацию. При создании предприятия, в соответствии с законодательством о предпринимательстве, не должен участвовать более чем в 25% уставного капитала. При передаче предприятия во владение – более чем в 50%. При передаче предприятия и всех руководящих функций – не менее 25%.

Что финансируется?

Материальные затраты (строительные работы, отделка помещений, заявка на приобретение компании, выкуп и т.д.).

Как финансируется?

Субсидируется 7,5% от налоговой базы при условии, что федеральная земля, по крайней мере, участвует в равной доле с государством.

Верхние и нижние границы:

Для налоговой базы применяется нижний предел в размере 20 тыс. евро.

Верхний максимальный предел – 250 тыс. евро

Раздел С – Инновации.

Цель: разработка и внедрение частных и совместных инновационных проектов.

Передача: после публикации заявки по проектному предложению.

Раздел D – Реструктуризация.

Цель: Поддержка малого и среднего бизнеса в сложном финансовом положении с помощью материальных мер.

Кто финансирует?

Физические и юридические лица, а также крупные компании, входящие в гостиничную и ресторанный промышленность.

Что финансируется?

Затраты на модернизацию, реструктуризацию и консалтинговые услуги.

Как финансируется?

Передача ответственности.

Процентная ставка по субсидии в максимальном размере 2% от стороннего капитала.

Передача ответственности за расходы по модернизации или консалтингу.

Верхний и нижний пределы:

После реструктуризации требуемый капитал не должен превышать 40% от общего долгового финансирования.

Нижний предел: 100 тыс. евро.

Верхний предел: 2 млн. евро.

ГТБА является доверительным финансовым инструментом для программы

планирования ресурсов туристического предприятия. Ежегодно с целью недорогого кредитования проектов предоставляются заемные средства из фондов планирования ресурсов предприятия (ПРП). Созданное на базе Федерального министерства экономики, науки и исследований Австрии отделение ПРП принимает решения о распределении данных средств, которые могут запрашиваться у ГТБА. Основой для данных действий является закон о ПРП-фондах от 1 января 1975 г. с последующими изменениями. С 2009 года также стало возможным предоставлять небольшие кредиты.

Информация МИД России

Туризм является важным сектором экономики Австрии и одним из ключевых источников доходов государственного и региональных бюджетов. Австрия – страна активного, культурного и «зеленого» туризма. Особенно развит традиционный зимний, в первую очередь горнолыжный, туризм.

В стране сформирована развитая инфраструктура, отлажена эффективная система обслуживания гостей.

В соответствии с национальным законодательством, в частности Конституцией Австрии 1920 года, регулирование турсектора преимущественно лежит в компетенции федеральных земель. Функции профильного Федерального министерства науки, исследований и экономики сводятся к разработке совместно с землями и так называемыми «органами социального партнерства» (профобъединениями) общей стратегии развития отрасли и контролю за ее реализацией на федеральном уровне, подготовке статистических данных, заключению международных договоров в сфере туризма. Федеральные земли несут ответственность за принятие нормативных актов, регулирующих функционирование отрасли, непосредственное развитие инфраструктуры туризма, а также за контроль над соблюдением правил защиты окружающей среды.

Интересы действующих в туристской отрасли предпринимателей перед органами государственной власти, профсоюзами и Палатой работников наемного труда представляет Департамент туризма и отдыха Палаты экономики Австрии (аналог ТПП России), членство в которой для всех индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, занятых в сфере туризма, является обязательным.

Одной из форм стимулирования туристской индустрии в Австрии, распространенной во всех федеральных землях, являются региональные дисконтные карты. Карты различаются по типам (например, семейные или карты для зимних видов спорта) и срокам действия (например, в Вене – трое суток, в Нижней Австрии – календарный год). В столице данный механизм в равной степени нацелен как на австрийских граждан, так и на иностранцев. В свою очередь, в других регионах страны он, прежде всего, служит стимулом для активизации внутренних туристических потоков. Дисконтные карты имеют и важную социальную функцию, предоставляя льготные условия для посещений туристических объектов детям, молодежи, пожилым гражданам, многодетным семьям.

Так, например, годовая карта в крупнейшей по площади федеральной земле Нижняя Австрия обходится в 53 евро (24 евро для подростков с 6 до 16 лет, детям до 6 лет карта выдается бесплатно), при этом туристы имеют возможность посетить бесплатно или со значительной скидкой более 300 достопримечательностей.

За разработку и реализацию подобных программ и стимулирование развития регионального туризма в целом отвечают учрежденные в соответствии с местным законодательством земельные туристические организации (союзы), объединяющие всех представителей турбизнеса в регионе.

К компетенции Федерального правительства относится сфера защиты прав инвалидов (большая часть функций – у Министерства труда, по социальным вопросам и защите прав потребителей). Особое внимание в Австрии уделяется вопросам доступности туристических объектов для людей с ограниченными возможностями. Так называемая «социальная совместимость» турпродуктов, в том числе их пригодность для гостей с особыми потребностями (инвалиды, пожилые, социально незащищенные люди), является одной из основных стратегических целей государственной политики в туристической сфере. В соответствии с Федеральным законом «О равноправии людей с ограниченными возможностями» 2005 года все общественно доступные постройки и сооружения должны быть полностью приспособлены для нужд указанной категории граждан.

Как подчеркивают в австрийском Минэкономике, подобные меры имеют важное экономическое значение, так как способствуют активному вовлечению в туристскую сферу услуг большой категории клиентов (до 40% населения), повышают конкурентоспособность национальных турпродуктов, в том числе в международном масштабе.

Бельгия

Информация Минэкономразвития России

В соответствии со ст. 1 Конституции Бельгия является федерацией, которая состоит из трех регионов (Фландрия, Валлония, Брюссельский регион) и трех сообществ (французское, фламандское, немецкое).

В Валлонии 1 апреля 2010 года был принят Кодекс о туризме (Code wallon du tourisme).

Согласно Книге I Кодекса в Валлонии создан целый ряд органов, в полномочия которых входит развитие и стимулирование туризма в регионе. К данным органам относятся:

Генеральный комиссариат по туризму (Commissariat general au tourisme);

Комитет по ориентированию (Le comite d'orientation);

Бюро по стимулированию туризма для Валлонии и Брюсселя (l' Office de Promotion du Tourisme de Wallonie et de Bruxelles).

На основании ст. 5 Кодекса к полномочиям Генерального комиссариата по туризму относятся:

1. Осуществление общей политики Правительства Валлонии в области туризма.

2. Управление туристической инфраструктурой, которая находится в собственности региона, перечень которой утвержден Правительством Валлонии.

3. Исполнение отдельных поручений Правительства Валлонии в туристической сфере.

Кроме того, к полномочиям Генерального комиссариата по туризму относится пропаганда туризма всеми возможными способами:

выплата субсидий в области туризма;

продвижение Валлонии как туристического региона и финансирование местных туристических организаций для осуществления данных действий;

разработка туристической эмблемы Валлонии;

реализация официальных брошюр, а также других публикаций, в которых содержится информация об особых туристических продуктах, действующих в Валлонии, в определенных случаях совместно с другими организациями, осуществляющими свою деятельность в области туризма;

анализ и распространение данных о политике, проводимой Валлонией в

области туризма;

распространение региональных туристических продуктов;

участие в выставках и салонах, в определенных случаях совместно с другими организациями, осуществляющими свою деятельность в области туризма;

принятие решения о рассмотрении вопроса об отнесении имущества, находящегося в собственности комиссариата, к государственному или частному имуществу.

Для реализации своих полномочий Генеральный комиссариат по туризму вправе осуществлять любые виды деятельности, связанные прямо или косвенно с выполнением его функций.

Согласно ст. 15 Кодекса финансирование Генерального комиссариата по туризму осуществляется следующим образом:

1. Годовые субсидии от Валлонского региона, направленные на погашение расходов по заработной плате, аренде помещений, деятельности различных служб, поставкой товаров и выполнением работ.

2. Кредиты, предоставленные для покрытия расходов, связанных с выполнением отдельных поручений Правительства региона либо других организаций публичного права.

3. Спонсорская помощь.

4. Финансовое участие частных лиц для реализации проектов в области туризма.

Проект годового бюджета для Генерального комиссариата утверждает Правительство региона.

На основании ст. 8 Кодекса к полномочиям Комитета по ориентированию относятся:

координирование действий Генерального комиссариата по туризму и Бюро по стимулированию туризма;

представление предложений для публикаций, реализация которых возложена на Генеральный комиссариат по туризму.

Состав Комитета по ориентированию определяется Правительством региона.

Бюро по стимулированию туризма для Брюссельского региона и Валлонии создано в соответствии с декретом Французского сообщества от 19 июля 1991 года «О стимулировании туризма».

На основании ст. 1 декрета к полномочиям Бюро относятся определенные виды деятельности, которые способствуют стимулированию и развитию туризма в двух регионах.

К данным видам деятельности относятся:

1. Организация и управление туристическими бюро, находящимися за пределами двух регионов, либо расположенными на бельгийских аэровокзалах.

2. Ознакомление с культурным наследием, инфраструктурой и инициативами в области туризма двух регионов путем организации различных мероприятий, акций, участия в выставках и салонах за пределами регионов.

3. Использование систем бронирования с поддержкой Валлонского и Брюссельского регионов.

4. Проведение анализа и исследований рынка в туристической области за пределами двух регионов.

На определенный срок на Бюро могут быть возложены дополнительные функции, связанные со стимулированием туризма.

Согласно ст. 2 декрета финансирование деятельности Бюро осуществляется следующим образом: 1/3 расходов покрывается за счет бюджета Комиссии Французского сообщества, 2/3 – за счет бюджета Валлонии.

Каждые три года Бюро заключает контракт на управление с Комиссией Французского сообщества и Валлонским регионом.

В данном контракте прописываются: общие задачи для Бюро на трехлетний период; средства для их выполнения; критерии оценки контракта на управление.

Бюро ежегодно не позднее 30 апреля должно отчитаться о выполнении поставленных задач перед коллегией Комиссии Французского сообщества и правительством Валлонии.

Коллегия Комиссии Французского сообщества и Правительство Валлонии назначают по одному комиссару, в компетенцию которых входят вопросы туризма. Комиссары присутствуют на заседаниях Бюро для осуществления контроля за его деятельностью. Они должны быть допущены ко всем документам, которые необходимы для выполнения их функций.

Всю необходимую информацию о туристических продуктах, планируемых мероприятиях, акциях, скидках можно найти на официальном сайте Бюро www.opt.be. В отдельном разделе сайта содержатся предложения по семейному, молодежному, женскому отдыху. Для каждой категории предусмотрены различные варианты размещения, туристических маршрутов, мест для прогулок, достопримечательностей. Кроме того, на сайте можно найти информацию о предстоящих событиях в культурной жизни региона.

Согласно ст. 32 Кодекса для стимулирования и развития туризма в Бельгии создаются федерации провинций по туризму, дома туризма, туристические бюро. Для осуществления их деятельности Правительство региона ежегодно в пределах лимитов бюджетных обязательств выделяет субсидии. Согласно ст. 68 Кодекса сумма субсидий для федераций провинций по туризму не может быть более 42 500 евро, для домов туризма – 50 000 евро. Для получения данных субсидий заинтересованная организация должна обратиться с заявлением в Генеральный комиссариат по туризму.

Необходимо отметить, что в Кодексе используется такое понятие как «социальный туризм». В Генеральном комиссариате по туризму социальным туризмом занимается Дирекция по туристическим развлечениям и инфраструктуре.

В соответствии со ст. 1 Кодекса под социальным туризмом понимается вид досуга, организованного для неопределенного круга лиц, в особенности для лиц с ограниченными финансовыми возможностями, специально созданными для этих целей ассоциациями.

На основании ст. 313 Кодекса под ассоциацией социального туризма понимается ассоциация, не преследующая целей извлечения прибыли, которая отвечает следующим условиям:

в качестве основной цели деятельности ассоциации выступает продвижение социального туризма;

осуществляет свою деятельность не менее трех лет;

располагает в Валлонии тремя центрами социального туризма либо имеет в трех провинциях не менее чем тысячу членов в каждой;

занимается развитием социального туризма.

Согласно ст. 417 Кодекса Правительство может выделить ассоциациям социального туризма в пределах бюджетных лимитов субсидии на приобретение земельных участков, на обустройство данных участков, зданий и сооружений, предназначенных для осуществления своих функций ассоциациями, на реализацию информационных программ, программ по стимулированию социального туризма.

Одной из наиболее крупных ассоциаций социального туризма в Бельгии является «Флореаль Холидейс» (Floreal Holidays). Данная ассоциация была создана в 1939 году и с тех пор осуществляет свою деятельность в области социального

туризма. «Флореаль Холидейс» предлагает различные варианты отдыха для людей с ограниченными финансовыми возможностями, с которыми можно познакомиться на официальном сайте ассоциации (www.florealgroup.be).

«Флореаль Холидейс» располагает пятью парками для отдыха в Бельгии: «Бланкенберге», «Ньюпорт», «МонСанЮбер», «Ла Рош ан Арденн» и «Мальмеди». В каждом парке действуют различные программы размещения и питания для туристов с небольшим доходом.

Во Фландрии нет отдельного кодекса о туризме. Вместе с тем, на основании декрета Фламандского парламента от 10 марта 2004 года в регионе создана и действует специальная организация по стимулированию и развитию туризма – «Toerisme Vlaanderen». К основным функциям данной организации относится стимулирование развития туризма в регионе.

На официальном сайте организации www.toerismevlaanderen.be можно найти всю необходимую информацию о туристических продуктах, достопримечательностях, гастрономии, программах, мероприятиях, которые можно посетить во Фландрии.

Что касается социального туризма, то необходимо отметить, что 18 июля 2003 года во Фландрии был принят декрет «О резиденциях и ассоциациях, занимающихся так называемым «Туризмом для всех» (Toerisme voor Allen).

Согласно ст. 3 Декрета «Туризм для всех» – это туризм либо некоммерческий отдых, который:

предназначен для тех, кто не может в полной мере проводить каникулы вне дома (семьи, молодежь, инвалиды, люди, находящиеся в трудном экономическом положении, престарелые люди, семьи с одним родителем в независимости от их возраста, состояния здоровья, социального круга);

является некоммерческим туризмом, предлагающим виды семейного, индивидуального и группового отдыха;

предполагает гибкую ценовую политику с приемлемыми ценами для незащищенных групп населения (молодежь, пожилые люди, семьи с одним родителем).

Никто в своей деятельности не может использовать наименование «туризм для всех» либо «социальный туризм», если на это не получено разрешение согласно данному декрету.

Организация «Toerisme Vlaanderen» в случаях, предусмотренных в декрете, может принять решение о предоставлении субсидий организациям, задействованным в сфере социального туризма, в рамках выделенных бюджетных ассигнований.

Так, например, резиденции, осуществляющие свою деятельность в сфере социального туризма, могут получить субсидии в размере до 40% понесенных расходов на следующие виды деятельности:

1. Работы по модернизации резиденций для молодежного туризма.
2. Работы, направленные на улучшение доступности резиденций.
3. Пилотные проекты.

Правительство Фландрии устанавливает порядок получения данных субсидий.

Согласно ст. 10 декрета ассоциации, занимающиеся социальным туризмом, могут запросить финансовую помощь, необходимую для обеспечения отдыха лиц с ограниченными финансовыми возможностями. Данная финансовая помощь может покрывать транспортные расходы, расходы на проживание, развлечения, страхование.

Болгария

Информация Минэкономразвития России

Вопросы туризма в Болгарии регламентируются Законом о туризме. К актам стратегического характера, затрагивающим внутренний туризм в Болгарии, относятся Национальная стратегия устойчивого развития туризма на 2014–2030 годы, Годовая программа национальной туристической рекламы на 2015 год и др.

Акты стратегического характера, затрагивающие внутренний туризм в Болгарии, констатируют недостаточную степень его развития. В целях выработки надлежащих мер, максимально ориентированных на достижение поставленных целей в области развития внутреннего туризма, Национальная стратегия устойчивого развития туризма на 2014–2030 годы и Годовая программа национальной туристической рекламы на 2015 год предусматривают описание болгарского туриста как потребителя туристического продукта, характерные черты его туристических поездок и др. Это описание помогает выработать точечные меры стимулирования развития внутреннего туризма в Болгарии, отвечающие потребностям и особенностям внутреннего спроса. Так, например, разработчики Годовой программы исходят из того, что

болгарский турист совершает три типа поездок по стране: продолжительные поездки в отпуск, короткие поездки на выходные дни (не более двух дней), экскурсии за границу, зависящие от наличия финансовой возможности и свободного времени;

путешествуя по стране, болгарский турист предпочитает заниматься организацией поездки самостоятельно (факторами, влияющими на данную способность, являются удобный доступ к соответствующей информации через Интернет, недоверие к услугам туристических посредников, а также стоимость их услуг);

болгарский турист предпочитает проводить отпуск летом на черноморском побережье, при этом избегая активного летнего сезона;

краткосрочные поездки болгарского туриста не имеют выраженной сезонности и осуществляются в течение всего года;

решение о туристической поездке находится в сильной зависимости от социально-демографического состояния туриста;

учитывая членство в ЕС и возможность относительно беспрепятственного пересечения границы, решение о месте проведения отдыха, как правило, не зависит от его нахождения в Болгарии или за рубежом;

болгарский турист является инертным, предпочитая не менять образ жизни во время путешествия, не комбинирует различные виды туризма;

в случае поездки за рубеж болгарский турист становится так называемым «лояльным потребителем» зарубежной туристической услуги (это связано с тем, что по ряду параметров качество туристических услуг в Болгарии уступает конкурентам) и др.

При выработке мер в области развития внутреннего туризма Годовая программа национальной туристической рекламы на 2015 год исходит из необходимости решения следующих задач:

создание ясного имиджа Болгарии как туристического направления;

ликвидация ярко выраженной территориальной диспропорции и зависимости от морского туризма;

развитие внутренней инфраструктуры (аэропорты, дороги, общественный транспорт и др.);

повышение количества внутренних рейсов до туристических объектов;

создание туристических представительства на основных целевых рынках

Болгарии;

- обучение и повышение квалификации персонала, работающего в области туризма;

- повышение качества планирования использования туристических районов;

- повышение качества государственно-частного партнерства;

- реконструкция и модернизация существующих музеев, галерей, аттракционов и других мест, связанных с демонстрацией болгарского культурно-исторического наследства;

- обеспечение долгосрочного финансового планирования;

- возрождение традиционных занятий и ремесел;

- улучшение состояния окружающей среды;

- противодействие целенаправленному «черному пиару» болгарского туристического сектора со стороны конкурентов;

- популяризация внутреннего туризма среди населения.

Для популяризации внутреннего туризма среди населения Болгария активно использует финансирование по линии ЕС. В частности, в рамках программы «Региональное развитие» на 2007–2013 годы предусмотрен проект по проведению коммуникационной кампании для содействия развитию внутреннего туризма в Болгарии. Целью проекта является подготовка и реализация комплексной маркетинговой и рекламной программы, содействующей диверсификации болгарских туристических продуктов, сокращению сезонности и территориальной концентрации туризма в Болгарии. Кроме того проект направлен на достижение следующих целей:

- повышение информированности болгарских граждан о Болгарии как о круглогодичной туристической дестинации, предлагающей разнообразный туристический продукт;

- развитие позитивного отношения к внутреннему туризму среди целевых групп;

- расширение групп так называемых «постоянных потребителей» внутренних туристических услуг.

Разработанная в соответствии с указанным проектом коммуникационная кампания по содействию развитию внутреннего туризма в Болгарии предусматривает следующие меры:

- создание и телевизионная трансляция программ по улучшению туристического имиджа страны и популяризации внутреннего туризма среди населения;

- создание порядка 50 фильмов и клипов с описанием богатого туристического потенциала страны и их трансляция по национальному телевидению на систематической основе;

- проведение порядка 6 журналистских туров (тематические поездки, направленные на презентацию отдельных туристических дестинаций);

- подготовка 100 информационных материалов по конкретным туристическим направлениям с их размещением в специализированных печатных изданиях (так, большой интерес вызвал перечень из 50 наименее известных, но в значительной степени привлекательных туристических объектов в Болгарии, обусловивший дополнительный интерес населения к сбору информации об этих местах и их посещение);

- реализация рекламы в Интернете;

- подготовка листовок для бесплатной раздачи на улицах городов страны;

- изготовление рекламных билбордов и их размещение в наиболее посещаемых местах 6 крупнейших городов страны (София, Пловдив, Варна, Бургас, Русе, Стара Загора);

изготовление справочника «Положительная практика и защита прав и свобод потребителей» для распространения среди населения.

Великобритания

Информация Минэкономразвития России

Основными нормативными актами Великобритании, регулируемыми правоотношения в области туризма, являются:

Закон о развитии туризма 1969 года (Development of Tourism Act 1969).

Основная цель данного закона заключается в координации деятельности государственных органов и организаций, осуществляющих деятельность в области внешнего и внутреннего туризма, обеспечении государственного финансирования для строительства, расширения, изменения и совершенствования существующих отелей, оказании содействия регистрации отелей и иных гостиничных заведений, информировании потребителей о ценах на гостиничные номера.

В соответствии с данным законом была создана Британская туристическая администрация (British Tourist Authority), а также туристические советы Англии, Шотландии и Уэльса, призванные оказывать содействие развитию туризма в Великобритании. Впоследствии на их основе были созданы организации под названием «Посетите Британию» (VisitBritain), занимающиеся вопросами, связанными с въездным туризмом, а также «Посетите Англию» (VisitEngland), отвечающие, в том числе, за развитие внутреннего туризма, планирование национальной стратегии туризма, обеспечение роста внутреннего туризма, защиту прав потребителей.

Закон о транспорте 1980 и 1985 годов (Transport Acts 1980 and 1985).

Законом о транспорте 1980 года было отменено лицензирование автобусных туров на расстояние свыше 30 миль, которое оказывало негативное влияние на развитие внутреннего туризма. Это привело к возникновению конкуренции между Национальной автобусной компанией, являвшейся в то время государственной компанией, и частными компаниями. Закон о транспорте 1985 года был направлен на общее де-регулирование отрасли, что позволило частным автобусным компаниям работать на любых маршрутах.

Правила о комплексных путешествиях, комплексных отпусках и комплексных турах 1992 года (Package Travel, Package Holidays and Package Tours Regulations 1992).

В связи с тем, что Великобритания является членом ЕС, некоторые аспекты туристической деятельности регулируются законодательством ЕС. В частности, указанными Правилами 1992 года в законодательство Великобритании была имплементирована Директива Совета ЕС 90/314/ЕЕС, регулирующая продажу так называемых «комплексных» или «пакетных» продуктов (два или более туристических продукта, продаваемые вместе по одной цене). Типичными для Великобритании являются комплексные туристические продукты, включающие в себя ночевку в небольшой частной гостинице и завтрак (Bed and Breakfast, B&B), игру в гольф выходные с перерывом на обед в гольф-клубе, либо ночевку в отеле вместе с билетом на театральное-развлекательное шоу. Начиная с 1992 года деятельность всех туроператоров Великобритании, предлагающих комплексные путешествия и туры, регулируется указанными правилами, в которых установлены обязанности туроператоров и права потребителей. В частности, если имело место нарушение, то клиент имеет право обратиться за устранением нарушения непосредственно к туроператору, а не к посреднику, у которого он приобрел тур. Соответствующие дополнения указанных правил, предусматривающие изменение в

лицензировании и установление запрета на курение в общественных местах, также оказали позитивное влияние на индустрию туризма в Великобритании.

Как было указано выше, вопросами, связанными с развитием внутреннего туризма, занимается государственная организация VisitEngland, являющаяся исполнительным вневедомственным государственным органом, работающим под эгидой Департамента по вопросам культуры, СМИ и спорта.

Одной из основных задач данной организации является стимулирование и развитие внутреннего туризма, приносящего в экономику страны больший вклад по сравнению с выездным туризмом.

В части, касающейся внутреннего туризма, VisitEngland ведет статистический учет следующих видов туристических поездок:

- поездки с одной или более ночевками;
- однодневные поездки.

В силу географических и экономических особенностей Великобритании внутренний туризм очень популярен, при этом однодневные поездки совершаются чаще и вносят весомый вклад в экономику страны. VisitEngland ежегодно публикует отчеты об однодневных поездках (<https://www.visitengland.com/biz/resources/insights-and-statistics/market-size-and-value/domestic-overnight-tourism-gbts>).

На интернет-сайте VisitEngland (<https://www.visitengland.com>) также содержится подробная информация об объеме внутреннего туристического рынка, стоимости поездок с одной или более ночевками, однодневных и въездных поездок, включая:

- актуальные статистические данные⁵;
- данные об экономическом вкладе туризма, количестве людей, занятых в данном секторе⁶;
- о законодательстве в области туристической деятельности, включая последние изменения⁷.

С различными документами, касающимися развития туристической отрасли, можно ознакомиться на интернет-сайте Правительства Великобритании <https://www.gov.uk/government/policies/tourism>

Венгрия

Информация Минэкономразвития России

Действующая нормативно-правовая база Венгрии в области государственного регулирования туристической деятельности, в том числе в области внутреннего и социального туризма, в главных своих чертах гармонизирована с правовыми требованиями Европейского Союза, полноправным членом которого Венгрия является с 1 мая 2004 года. Однако существует ряд специфических особенностей, направленных на защиту интересов страны и граждан. Данные вопросы в той или иной степени представлены в ряде действующих законов и подзаконных актов Венгрии, основными из которых являются следующие:

- Закон XI от 1991 года «Об органах управления в области здравоохранения»;
- Закон LIII от 1995 года «Об общих правилах охраны окружающей среды»;
- Закон LIII от 1996 года «Об охране природы»;
- Закон XXI от 1996 года «О региональном социально-экономическом развитии

⁵ <https://www.visitengland.com/biz/resources/insights-and-statistics/market-size-and-value/domestic-day-visits>

⁶ <https://www.visitengland.com/biz/resources/insights-and-statistics/market-size-and-value>

⁷ <https://www.visitengland.com/biz/advice-and-support/businesses/understanding-legislation>

и планировании землеустройства»;

Закон CLIV от 1997 года «О здравоохранении»;

Закон CIII от 2012 года «О программе Эржебет»;

Закон V от 2013 года «О гражданском кодексе»;

Постановление Правительства от 12.04.2011 г. № 55 «О правилах выпуска и использования Карты Отдыха Сечени», а также ряд законов и подзаконных актов, касающихся вопросов туризма, здравоохранения и др.

Наряду с указанными нормативно-правовыми актами с целью развития туристического бизнеса в Венгрии действовали и в ряде случаев продолжают действовать сразу несколько правительственных программ. Впервые венгерское Правительство решило привести внутренний туризм в соответствие с международными нормами и стандартами в период с 2004 по 2005 гг. С этой целью была разработана и подготовлена первая в Венгрии Стратегия развития национального туризма на период с 2005 по 2013 гг. На основе предварительно проведенного анализа венгерского рынка туризма Стратегия включала в себя следующие направления:

повышение уровня конкурентоспособности национального туризма;

разработка туристических продуктов в качестве национальных приоритетов; инновации в области туризма;

повышение качества туристических услуг и продуктов;

улучшение системы подготовки кадров в туристической сфере;

повышение престижа внутреннего туризма;

изменение отношения официальных органов власти к внутреннему туризму.

Стратегия должна была позволить достичь следующие цели:

заложить основу для устойчивого развития внутреннего туризма в указанный и последующий периоды;

улучшить условия ведения трудовой деятельности в туристической сфере;

добиться эффективного управления человеческими ресурсами;

создать эффективную систему управления как с финансовой, так и с юридической точек зрения.

В октябре 2007 года Управлением по национальному развитию Венгрии был принят еще ряд программ по развитию туристической отрасли на период с 2007 по 2013 гг. В общей сложности было предложено к реализации 130 программ по развитию гостиничного бизнеса. Основными задачами программ являлись: повышение качества гостиничного обслуживания, увеличение сети гостиниц, мотелей и пансионов, кемпингов, развитие популярных в настоящее время услуг, таких, как велнес, фитнес, лечебные услуги, спорт и семейный отдых, сельский туризм. На эти цели в указанный период из фондов ЕС Венгрии были выделены около 330 млн. евро. Наличие таких программ позволило венгерским компаниям планомерно развивать гостиничный бизнес в стране, улучшая качество предоставляемых услуг. Благодаря целенаправленной политике государства в индустрии туризма количество организаций, имеющих лицензии на осуществление туристической деятельности, увеличивается из года в год, несмотря на кризисные явления в экономике. Так, если в 2005 г. было зарегистрировано 1129 таких компаний и фирм, то в 2009 г. их уже насчитывалось более 1200. В настоящее время в Венгрии зарегистрировано порядка 1300 компаний в области туризма. Однако необходимо оговориться, что 400 из них фактически не работают, 600 представляют собой фирмы-посредники (турагенты), 300 – туроператоры.

Основным органом, объединяющим венгерские туристические организации, является Ассоциация венгерских туристических агентов и туроператоров (<http://www.muisz.com/en/>). Ассоциация начала действовать в 1974 году.

Учредителями выступили 7 государственных туристических агентств, которые существовали в то время. Целью Ассоциации было представление и защита интересов своих членов. В настоящее время членами Ассоциации являются около 200 компаний, которые обслуживают более 85% общего объема организованных путешествий.

Одной из приоритетных задач государственной стратегии развития Венгрии – Нового плана Сечени (адрес официального сайта в Интернете: http://palyazat.gov.hu/new_szechenyi_plan) – выступает развитие и использование термальных вод и геотермального потенциала страны, а также реализация сопутствующих товаров и услуг. В рамках этой стратегии была введена льготная система под названием «Карта отдыха Сечени». По условиям этой программы компании перечисляют заработную плату своим сотрудникам на специальные банковские карты, в результате чего последние получают льготную ставку налогообложения. Сэкономленные за счет этого деньги держатель карты вправе потратить на свой отдых и/или отдых своих родственников. В год такая сумма льгот не может превышать 1500 евро. Из этой суммы 750 евро могут быть использованы для оплаты гостиничных услуг, 500 евро – в предприятиях общественного питания и 250 евро – для покрытия иных туристических услуг. Воспользоваться накопленными на карте средствами можно в течение двух лет с момента их начисления на карту. Каждый держатель карты Сечени имеет возможность самостоятельно через сеть Интернет проверять баланс своей карты, а также осуществлять запрос баланса по телефону. Данная карта служит исключительно для идентификации получающего поддержку сотрудника, его близкого родственника, работодателя, а также «провайдера» услуг и не подходит для хранения электронных денежных средств или осуществления непосредственных платежных операций. Использовать накопленные средства работник может только со специальной банковской карты. Одной из наиболее распространенных на сегодняшний день является карта банка ОТП, имеющая название «Szép kártya Széchenyi».

Возможность оформления и дальнейшего использования карты Сечени позволяет компаниям – участникам программы заинтересовать своих потенциальных работников, включив в текст трудового договора специальный пункт, предусматривающий открытие такого счета. В отчете Центрального статистического управления Венгрии (от 13.01.2016 г.) за период с января по ноябрь 2015 года указывается, что число держателей указанных карт достигло 1 млн. 250 тыс. человек, при том, что общая сумма накопленных средств на картах превысила 90 млрд. форинтов (более 310 млн. долл. США), причем количество держателей карт ежегодно увеличивается на 20%. В 2014 году только картой банка ОТП были оплачены 25% всех расходов по внутреннему туризму Венгрии.

Еще одним направлением в области социального туризма в Венгрии в настоящее время является программа «Эржебет», утвержденная соответствующим Законом CIII от 2012 года. Программа представлена в сети Интернет на официальном сайте по следующему адресу: <http://erzsebetprogram.eu/en/>. Организацией, отвечающей за реализацию Программы, является Венгерский национальный фонд отдыха (Hungarian National Foundation for Recreation). Данная программа обеспечивает предоставление льготных услуг в области рекреационного туризма пожилым людям, людям с ограниченными возможностями, многодетным семьям и непосредственно детям. Программа основывается на базе альтернативного финансирования без привлечения государственных средств. Согласно данным, опубликованным на официальном сайте программы, в период 2012–2013 гг. в ее рамках было потрачено более 20 млн. евро, а ее участниками стали более 245 тысяч человек. Каждый год в программе участвует более 1% от

общей численности населения Венгрии. На сегодняшний день программа продолжает развиваться, достигнув в 2015 году отметки в 400 тыс. участников. Таким образом, с момента запуска программы «Эржебет» в июле 2012 года и вплоть до сегодняшнего дня более 700 тыс. человек, включая 300 тыс. детей, получили поддержку в области социального туризма. В связи с этим за последние два десятилетия указанная программа стала крупнейшей в Венгрии в области реализации социального туризма.

Примечательно, что летом 2015 года в рамках данной программы порядка трех тысяч детей из Закарпатья получили возможность бесплатно отдохнуть на территории Венгрии. Соответствующая информация была опубликована на официальном сайте программы по адресу <http://www.erksebetprogram.hu/karpatalja/>.

В соответствии с новой Концепцией развития туризма в Венгрии, рассчитанной на 2014–2024 гг., идет работа по подготовке отраслевого закона «О туризме и кейтеринге». Предполагается, что он определит функции и задачи как государственных, так и муниципальных органов власти, а также режим работы с организациями данной сферы. Закон станет основным в области туризма и общественного питания, сформирует структуру поддержки и развития индустрии туризма на государственном и муниципальном уровнях. В свою очередь сама Концепция сфокусирована в большей степени на оздоровительном туризме. В рамках предыдущей программы, упомянутой выше и рассчитанной на 2007–2013 гг., средства в большей степени выделялись на проекты, направленные на реконструкцию и расширение существующих курортных зон. В настоящее время в Венгрии действует уже вторая Программа, направленная на развитие исключительно внутреннего туризма и рассчитанная на период с 2014 по 2020 гг. Начиная с 2013 года приоритетным направлением в Венгрии стал оздоровительный туризм, основанный на предоставлении медицинских услуг (33 проекта получили 90 млн. евро в качестве инвестиций и 53 млн. евро в рамках программы субсидирования).

Основными туристическими продуктами в Венгрии являются: посещение термальных курортов (лечебный туризм), винные туры, сельский туризм, комбинированные туры, отдых в замках, охотничьи туры, проведение семинаров и конференций для деловых людей (бизнес-туризм). С целью активизации развития туризма в Венгрии проводятся две международные туристические выставки. Первая (весенняя) – «Путешествия», которая в основном рассчитана на рекламу летнего отдыха в Венгрии и других странах. Вторая (осенняя) – «Зимний туризм, приключения и развлечения. Спортивный инвентарь и одежда для зимних видов спорта», которая рассчитана на зимний отдых. Основные разделы этих выставок посвящены каждому венгерскому региону и рекламируют их особенности с туристической точки зрения. Каждый отель, расположенный в конкретном регионе, имеет свой стенд, на котором рекламируются предоставляемые им услуги.

В инфраструктуру оздоровительного и лечебного туризма Венгрии входят более 1200 термальных источников, около трети которых находится в населенных пунктах. В стране действуют около семидесяти термальных гостиниц, многофункциональных лечебных купален и бассейнов с целебной водой. Планомерное изыскание лечебной воды на научной основе началось в позапрошлом веке. В 1937 году в Венгрии был проведен Международный бальнеологический конгресс. После того, как на научной основе был подтвержден лечебный эффект венгерских термальных вод, началось строительство бальнеологических купален, позже – гостиниц и предприятий по промышленному розливу минеральных вод. В последние годы большое внимание уделяется программам красоты, омоложения и снятия стресса.

Информация МИД России

Венгерское правительство уделяет развитию туристической отрасли традиционно большое внимание.

Внутренний туризм пользуется высокой популярностью среди венгерского населения. Так, доля самих венгров среди постояльцев местных гостиниц в период с января по сентябрь 2015 года выросла на 6,3% и составила 10,3 млн. (или почти 50%) от суммарного количества туристов. Подобное соотношение объясняется высоким качеством туристической инфраструктуры Венгрии и в среднем более низкой стоимостью предоставляемых услуг, чем в западноевропейских странах.

В стране действуют две основных программы по стимулированию внутреннего туризма: «Рекреационная карта Сечени», предполагающая дотации по линии работодатель-работник, и «Программа Эржебет», нацеленная на предоставление льгот наименее защищенным слоям населения.

«Рекреационная карта Сечени» позволяет работодателям перераспределять в пользу работников в зафиксированных законодательством пределах дополнительные средства, которые не подлежат обложению налогом на доходы физических лиц и отчислениям в пенсионные фонды и фонды медицинского страхования. Таким образом, предоставляемые по ней налоговые льготы помогают реципиентам экономить до 30% доходов по сравнению с тем, если бы аналогичные начисления от работодателей поступали в счет заработной платы.

Безналичные переводы на указанную карту дают возможность работодателям обеспечивать своих сотрудников по нулевой налоговой ставке проездными билетами, оплачивать курсы повышения квалификации (необлагаемый налогами лимит – 2,5 минимального размера оплаты труда в год на человека), дотировать медицинские услуги (30% от минимального размера оплаты труда), производить дополнительные пенсионные отчисления (50% от минимального размера оплаты труда).

Карта выдается сроком на 5 лет, а эмитентами карты выступают работающие на территории Венгрии крупные банки.

С 2012 г. в стране успешно функционирует «Программа Эржебет», по которой на льготных условиях рекреационные возможности предоставляются детям, многодетным семьям, пенсионерам и лицам с ограниченными возможностями. В начале каждого года координатор программы – Венгерский национальный рекреационный фонд – проводит конкурсы на предоставление льгот внутри каждой претендующей на помощь категории.

Для пенсионеров предусмотрены две возможности: бесплатное пятикратное посещение термальных купален (в списке более 80 мест) и одно-, двухнедельный отдых в санатории (в зависимости от указанного в конкурсной заявке места). Заявки принимаются от лиц старше 60 лет, месячный доход которых не превышает установленного законом минимума.

Бесплатно или же с минимальной доплатой аналогичные пакеты предоставляются лицам с ограниченными возможностями.

Для семей, воспитывающих трех и более детей, не достигших 20 летнего возраста, предусмотрен льготный отдых в лагерях.

На подобных условиях, а зачастую и безвозмездно, принимаются заявки на отдых в лагерях для детей из малообеспеченных семей, бесплатно – для детей проживающих за рубежом соотечественников. Кроме того, от образовательных учреждений принимаются заявки на различного рода бесплатные экскурсии.

В 2015 г. программную поддержку получили 57,9 тыс. пенсионеров, 57,3 тыс. многодетных семей, 5,8 тыс. инвалидов, а в лагерях отдохнули 104,5 тыс. детей.

«Программа Эржебет» не финансируется из бюджета напрямую. Средства на предоставление льгот аккумулируются государственным Венгерским национальным рекреационным фондом за счет покупки работодателями «ваучеров Эржебет» – дотационных купонов на питание для сотрудников частных компаний и госслужащих, отчисления на которые также выведены из налогооблагаемой базы зарплатных фондов, монопольным эмитентом которых и является Венгерский национальный рекреационный фонд. Ввиду высокой популярности «ваучеров Эржебет» деятельность фонда высокоэффективна, а объемы средств на функционирование «Программы Эржебет» стабильно увеличиваются.

Германия

Информация Минэкономразвития России

На сегодняшний день немецкая медицина, включая санаторно-курортную систему, регулируется совокупно государственными (федеральный и земельный уровни) и частными секторами в зависимости от формы собственности. Вместе с тем, в государственных учреждениях и частных клиниках, расположенных в пределах территорий курортов и лечебно-оздоровительных местностей, действует система исключительно государственного регулирования, поэтому льготные категории могут обслуживаться и в частных медицинских заведениях, но сфера предлагаемых услуг имеет свои бюджетные ограничения. На сегодняшний день в Германии действует более 350 курортов и реабилитационных центров.

В соответствии с германским законодательством санаторно-курортное лечение является составляющей медицинской реабилитации и подлежит исключительно регулированию федерального законодательства вне зависимости от форм собственности оздоровительных учреждений и мест расположения на территории Германии. Регулирующим органом в указанной сфере является Федеральное министерство здравоохранения. Это отлаженная система взаимодействия по вертикали (федеральный уровень, земли, частный сектор) является частью государственной программы здравоохранения в ФРГ. Немецкое правительство инвестирует существенные финансовые средства не только в лечение, но и в развитие лечебно-оздоровительных комплексов и курортных мест, в связи с чем оставляет за собой право (вне зависимости от формы собственности) осуществлять всесторонний контроль за их деятельностью и сертификацией соответствующих услуг. Финансовый оборот в системе здравоохранения ФРГ составляет 250 млрд. евро в год.

Финансирование всей системы санаторно-курортных услуг относится к списку государственных обязательств, однако не исключает частной инициативы. Так, значительная нагрузка, в том числе в развитии санаторно-курортной системы, также падает на кассы медицинского страхования, т.к. именно они оплачивают стационарную санаторную реабилитацию для заинтересованной части населения Германии (включая пенсионеров, инвалидов и получателей социального пособия для безработных).

Для германской системы управления развитием санаторно-курортной отрасли характерно: четкое распределение ответственности и функционала между региональными и федеральными уровнями власти, причем динамика распределения ответственности такова, что зона ответственности первых постепенно расширяется; отсутствие отдельного органа и правовых норм, регулирующих только данную отрасль; активное вовлечение в регулирование и формирование туристкой и санаторно-курортной отрасли страны всех участников (государственных органов,

предприятий туристской отрасли, их объединений и союзов, научно-исследовательских институтов и университетов, профильных международных организаций и пр.); наличие возможности взаимного влияния на принятие решений различными уровнями государственной власти, союзов и объединений предприятий туристской отрасли и различных экспертов благодаря институту представительства (то есть наличие эффективной системы координации и взаимоконтроля туристской отрасли в стране).

Признавая важную роль туризма и санаторно-курортного лечения в экономике страны, значительные перспективы роста этой отрасли в мире, а также позитивное влияние туризма на социально-экономические показатели населения, Правительство Германии занимается развитием этой отрасли путем создания эффективного механизма поддержки.

Среди основных особенностей государственного регулирования в Германии следует отметить отсутствие отдельного законодательства для туристской и санаторно-курортной отрасли и, как следствие, рассмотрение отрасли как интегрированной и неотъемлемой части экономики страны; рассмотрение развития туристской и санаторно-курортной отрасли в качестве инструмента для решения общеэкономических проблем федерального масштаба (выравнивание уровней экономического развития регионов, развитие малого и среднего предпринимательства, снижение уровня безработицы, развитие отсталых сельскохозяйственных территорий и пр.); подчиненность отрасли федеральному законодательству, а также общеевропейским и мировым нормам, их высокая степень гармонизации; широкий спектр предоставляемых федеральными и региональными властями налоговых скидок и льгот; финансовая поддержка государством предприятий туристской и санаторно-курортной отрасли в рамках различных программ и специально разработанных планов, прямое участие государства в продвижении национального туристского продукта внутри страны и за рубежом, планирование, прогнозирование и анализ этого процесса; поддержка кадрового обеспечения туризма посредством создания и финансирования различных курсов и программ по повышению квалификации; финансирование деятельности ряда научно-исследовательских институтов, занимающихся проблемами туризма.

Из особенностей развития этой отрасли в Германии особенно стоит выделить то, что в стране развит внутренний туризм, составной частью которого является санаторно-курортная сфера.

Информация МИД России

В ФРГ отсутствует единый правовой акт по вопросам стимулирования развития туризма. В то же время соответствующие аспекты отражены в целом ряде нормативных правовых документов (налоговое, страховое законодательство и т.д.). При этом своей основной задачей государство видит создание благоприятных рамочных условий для функционирования отрасли, в то время как конкретное планирование развития туризма и его стимулирование возложено на федеральные земли.

В частности, в каждом регионе Германии при поддержке земельных министерств экономики в 80–90-х гг. XX в. были созданы «Агентства регионального маркетинга». По своей хозяйственно-правовой форме данные структуры, как правило, являются обществами с ограниченной ответственностью или зарегистрированными союзами, членами и участниками которых являются заинтересованные местные предприниматели, занятые в туристической сфере. Основной функцией подобных организаций является маркетинговое продвижение

региона в Германии: публикация бесплатных проспектов, распространение информации в Интернете, реклама в СМИ и т.д. Финансируются подобные расходы по большей части из регионального бюджета.

Законодательство Германии предусматривает возможность административной поддержки внутреннего туризма за счет особых муниципальных налогов, устанавливаемых на проживание в отелях и использование гостями туристской инфраструктуры. Таким правом, в частности, наделены власти населенных пунктов, имеющих статус «признанного курорта». С учетом того, что из-за подобных отчислений на 10% повышается стоимость проживания туристов, региональный бизнес по собственной инициативе предоставляет своим клиентам, оплатившим соответствующий сбор в гостинице, значительные скидки на услуги. Соответствующие нормы закреплены в земельных законах о муниципальном налогообложении. Для отстаивания интересов регионального турбизнеса на федеральном уровне в ФРГ функционирует «Центральное объединение маркетинговых агентств», финансирование которого осуществляется исключительно за счет отчислений земельных маркетинговых бюро.

В ФРГ формально отсутствуют меры финансового или налогового стимулирования данной отрасли. Частные компании, специализирующиеся на немецких клиентах, работают в равных для всей отрасли условиях. Единственным подспорьем для владельцев гостиниц стало недавнее снижение НДС за проживание с 10% до 7%.

В Германии поступательно совершенствуется законодательство в области ответственности туроператоров перед клиентами. Речь, в том числе, идет о случаях приостановки их деятельности вследствие временной неплатежеспособности или банкротства. В частности, согласно статье 651 «к» Германского гражданского уложения наличие дополнительного защитного механизма практически полностью исключает необходимость обращения к общим нормам об ответственности во взаимоотношениях между туристом и туроператором. Данный механизм предусматривает, что немецкий туроператор обязан на случай своей потенциальной неплатежеспособности или банкротства в любом случае обеспечить туристу возможность возмещения стоимости туристического продукта и дополнительных затрат на возвращение домой. Свою обязанность по дополнительному гарантированию интересов туристов туроператор может исполнить одним из двух предусмотренных в законе способов: путем заключения договора страхования указанных выше рисков между туроператором и уполномоченной страховой компанией или путем заключения договора банковской гарантии с соответствующим банком. При этом второй способ обеспечения используется на практике крайне редко.

К основным методам стимулирования социального туризма (детского, молодежного, поездок пенсионеров и инвалидов) относятся преимущественно финансовые механизмы в виде сокращения издержек данных категорий граждан на транспортные расходы (специальные ж/д тарифы) и на оплату доступа к культурным достопримечательностям (льготные билеты). Широко практикуются школьные экскурсии по регионам.

Дания

Информация Минэкономразвития России

Туризм в Дании является одной из существенных составляющих экономики. В структуре экспорта услуг Дании туризм занимает третью позицию: удельный

вес – 10,1% (в стоимостном выражении – 7,3 млрд. долл.).

В структуре импорта услуг Дании группы «Туризм» и «Другие виды услуг» разделяют вторую и третью позицию, их удельный вес – по 16,2% (в стоимостном выражении – по 10,3 млрд. долл.).

Несмотря на небольшую территорию собственно Дании (43,1 тыс. кв. км) и количество населения (5,7 млн. чел.), внутренний туристский бизнес получил значительное развитие.

В целях оптимизации процесса управления, координации государственного регулирования и продвижения туризма в Дании, в соответствии с Законом № 1359 от 16.12.2014 г. «О датском (внутреннем) туризме» Министерством предпринимательства и экономического роста Дании создан специальный орган – Национальный туристический Форум, основной целью которого является разработка и реализация государственной стратегии датского туризма.

Форум призван решать следующие задачи:

разработка национальной стратегии датского туризма, определяющей основные приоритеты и цели;

получение наиболее полной информации о тенденциях в туристическом бизнесе, инициация и подготовка исследований, в том числе ежегодного анализа развития в секторе внутреннего датского туризма;

подготовка ежегодного доклада Министерству;

координация развития сектора на основе национальной стратегии датского туризма.

Форум состоит из председателя и семи членов. Председатель и члены назначаются Министерством на 4-летний срок полномочий без возможности его продления.

Для оказания консультативной помощи Форуму Министерством создан Консультационный Совет датского туризма, который состоит из председателя, 17 членов и двух наблюдателей, которые назначаются Министерством на 4-летний срок⁸.

В соответствии с Законом № 1359 муниципалитеты создают собственные агентства развития туризма, которые при консультационной поддержке Форума разрабатывают и подготавливают к реализации региональную стратегию развития туризма в прибрежных районах Дании, сельского и городского туризма, а также бизнес-туризма на основе национальной стратегии.

Региональные агентства развития туризма должны представлять Форуму ежегодный доклад о состоянии реализации их планов развития.

Регионы, коммуны, региональные и муниципальные агентства развития туризма реализуют мероприятия в области развития туристического бизнеса при государственном финансировании (с целью координации всех мероприятий, важных для международного маркетинга датских туристических продуктов, а также

⁸ Один член назначается по рекомендации Конфедерации промышленников; один член – по рекомендации Датской промышленной палаты; один член – по рекомендации Ассоциации отелей, ресторанов и индустрии туризма Дании; три члена – по рекомендации организаций по туризму; один член – по рекомендации Национальной конфедерации профсоюзов торговых работников Дании; один член – по рекомендации Датского совета по организации отдыха на открытом воздухе; один член – по рекомендации Федерации профсоюзов; один член – по рекомендации Ассоциации развития датского туризма; один член – по рекомендации организации по развитию новых туристических направлений в Дании; один член – по рекомендации Ассоциации датских музеев; один член – по рекомендации Ассоциации датских портов; один член – по рекомендации Датской организации инвалидов; один член – по рекомендации Министерства регионального развития; один член – по рекомендации Министерства экологии и продовольствия; один член – по рекомендации Министерства культуры; 2 наблюдателя – по рекомендации Объединения датских регионов.

брендинга Дании в качестве туристического направления совместно с «Visitdenmark»).

Региональные агентства развития туризма должны заключать соглашения с «Visitdenmark» о сотрудничестве для совмещения региональных усилий по развитию туризма и международного маркетинга Дании.

Форум может проводить государственную экспертизу в области туризма, в том числе путем истребования существующей информации из «Visitdenmark», региональных и муниципальных агентств развития туризма.

Специального законодательства, регламентирующего стимулирование социального внутреннего туризма, в Дании нет.

Информация МИД России

Внутренний туризм в Дании регулируется законами «О датском туризме» от 16 декабря 2014 г. № 1359, «О развитии предпринимательства» от 16 декабря 2010 г. № 1715, а также рядом подзаконных актов в сфере налогообложения, регионального развития, экологии, транспорта и строительства. Вопросы туризма курируются Министерством предпринимательства и экономического роста. На сегодняшний день в сфере туризма, включая внутренний, насчитывается свыше 111 тыс. рабочих мест, ежегодный оборот датских туркомпаний составляет порядка 14 млрд. долл. США.

В то же время стоит отметить, что в последние годы внутренний туризм Королевства переживает непростые времена. По данным Правительства, Дания в этой сфере значительно уступает соседней Швеции и ФРГ. В январе 2015 г. Правительством было принято решение о создании под руководством Министерства предпринимательства и экономического роста Национального туристического форума, призванного сформировать туристическую стратегию Королевства, координировать усилия государственных структур в сфере внутреннего туризма и осуществлять сбор и анализ данных о туристической деятельности в стране с последующим предоставлением ежегодного доклада Правительству. В состав Форума входят представители министерств и ведомств, ведущих туристических компаний, профсоюзных организаций, муниципалитетов, а также обществ по защите прав наиболее уязвимых групп населения страны (детей, пенсионеров, инвалидов). Помимо этого, согласно Закону «О датском туризме» в 2015 г. запущен процесс формирования на базе существующих региональных организаций объединений «Датский прибрежный и экотуризм», «Датский туризм в сфере предпринимательства и моды» и «Датский туризм в крупные города», призванных содействовать популяризации региональных поездок граждан.

Одной из последних инициатив Правительства по развитию внутреннего туризма стало принятие в ноябре 2015 г. комплексной программы «Экономический рост и развитие всей Дании». Документом предусматривается ряд инициатив в сфере налогообложения, совершенствования природоохранных норм, обустройства прибрежной зоны с целью более устойчивого развития «отдаленных территорий» (на полуострове Ютландия) и малонаселенных островов (программа не включает территории Фарерских островов и острова Гренландия). В частности, снижение административных сборов на паромное сообщение, определение десяти наиболее значимых для регионов туристических проектов с целью последующего привлечения инвестиций в регионы (ожидаемый объем – порядка 600 млн. долл. США), запуск стандарта «Датский качественный туризм», призванного повысить уровень предоставляемых услуг, инвестирование средств в социально-ориентированные инфраструктурные проекты, повышающие доступность мест отдыха и достопримечательностей для инвалидов, а также усовершенствование телекоммуникационных средств связи и сети Интернет.

Указанные меры, по мнению Правительства, должны повысить к 2019 г. привлекательность внутреннего туризма среди датчан, снизить издержки для бизнеса и равномернее распределить доходы, получаемые от туристической деятельности.

Испания

Информация Минэкономразвития России

Органом, отвечающим за реализацию политики испанского Правительства в туристической сфере, является Государственный секретариат по туризму Министерства промышленности, энергетики и туризма Испании. Координацию деятельности государственных и частных предприятий в области туризма осуществляет Институт туризма Испании (Instituto de Turismo de España) – государственное учреждение, ответственное также за разработку стратегии развития туризма в Испании и продвижение ее как туристического направления в мире. Данная организация входит в структуру Министерства промышленности, энергетики и туризма и согласовывает свою работу с МИДом Испании и Высшей правительственной комиссией по продвижению имиджа Испании (Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España).

Кроме того, в Конституции Испании (ст. 148 п. 18) оговорено, что развитие сферы туризма относится к компетенции региональных властей Испании. В этой связи разработка мер по стимулированию туризма, в том числе внутреннего, ведется и на региональном уровне.

В 2012 г. испанское Правительство разработало Национальный комплексный план развития туризма в Испании на 2012–2015 гг. (Plan Nacional e Integral de Turismo 2012–2015). Развитие внутреннего туризма в Испании не позиционируется в качестве приоритетного направления, по этой причине данной сфере уделяется менее значимое внимание, чем привлечению иностранных туристов в Испанию.

В указанном Плане отмечается тенденция снижения в последние годы количества испанских граждан, которые проводят отпуск на территории своей страны. В этой связи План содержит набор мер, направленных на стимулирование национального туризма, среди которых во главу угла ставится реализация широкой общенациональной информационно-пропагандистской кампании по популяризации местных туристических направлений среди испанских граждан.

Решение указанной задачи достигается путем размещения рекламных материалов в печатной прессе (тематические газетные вкладки и брошюры), на радио и телевидении. Информационная кампания в поддержку внутреннего туризма осуществляется в постоянном режиме, однако, как правило, активизируется по мере приближения отпускного периода (летний отдых и рождественские праздники).

Так, среди рекламных кампаний, запущенных Министерством промышленности, энергетики и туризма в рамках Плана, можно отметить проект «España, el destino que llevas dentro», целью которого является демонстрация национальному потребителю всех красот и разнообразия их страны. В ходе кампании рекламная информация распространяется в период между июнем и сентябрем через цифровые медиа, информационные плакаты и другие носители. Для распространения всей информации используются государственные средства массовой информации, а также другие возможности, предоставленные партнерами проекта.

За развитие социального туризма отвечает главным образом Министерство здравоохранения, социального обеспечения и равенства Испании (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad). Наибольшее внимание уделяется развитию

туризма для лиц пожилого возраста. Это обстоятельство связано с состоянием демографической ситуации в Испании, для которой характерен низкий уровень рождаемости и увеличение в последние десятилетия доли пожилых людей.

В этой связи единственной программой социального туризма в Испании является «Программа по развитию туризма для пожилых людей и поддержание уровня занятости в туристических зонах», которая реализуется Институтом по делам пожилых людей и социальных услуг Испании (Instituto de Mayores y Servicios Sociales – Inmerso).

Основная идея данной программы состоит в том, что людям пожилого возраста предоставляются существенные скидки на туристические путевки (проживание, переезд, питание, экскурсии) внутри страны в период с октября по июнь (период традиционно низкого турпотока из-за рубежа). Таким образом, данной программой решаются две задачи:

стимулирование развития туризма лиц пенсионного возраста;

сохранение уровня занятости в курортных городах Испании в течение всего года.

Участниками программы могут стать как испанские граждане, так и иностранцы, имеющие вид на жительство в Испании.

Обращения со стороны пенсионеров, желающих стать участниками программы, направляются в Институт по делам пожилых людей и социальных услуг Испании. Продажа туристических путевок ведется через туристические агентства, имеющие договорные отношения с вышеупомянутым ведомством.

Наряду с этим, лицам, достигшим пенсионного возраста, в Испании предоставляется возможность посещения мест культурного досуга и исторических достопримечательностей на бесплатной основе или с существенной скидкой более 50%.

Ориентация на туристов пожилого возраста становится в Испании все более популярной. При этом это связано также и с внутренним туризмом. Так, недавно власти популярного испанского курорта Салоу заявили о своем стремлении превратить любимый европейской молодежью каталонский городок в респектабельный курорт. В рамках борьбы с шумными вечеринками власти Салоу запустили проект в поддержку «культурного отдыха» и разработали целый ряд выгодных предложений для пенсионеров. Салоу предлагает пожилым туристам, в том числе и испанским, выгодные цены на перелеты, а также скидки на проживание и прочие приятные бонусы.

Для привлечения зарубежных и национальных туристов к новым местам отдыха группа небольших муниципальных центров провинции Льейда создала сеть под названием «пуэблос кон энканто» – «очаровательные городки». В настоящее время туда входят 20 муниципалитетов, но в будущем ассоциация планирует охватить всю страну. Для того, чтобы стать членом ассоциации, муниципалитет должен соответствовать высоким требованиям к качеству услуг и представлять туристический интерес.

Испанский туризм становится все более высокотехнологичным. Так, в Каталонии активно используют приложения-путеводители, предназначенные для установки на мобильные устройства. Одним из примеров является Guia de Girona, который проведет туристов по наиболее интересным памятникам, музеям, паркам города. Мобильный гид доступен для скачивания в магазинах AppStore и Google Play и стоит около 2 евро.

Информация МИД России

В соответствии с пунктом 18 статьи 148 Конституции Испании продвижение и

регулирование туризма, в том числе внутреннего, относится к сфере ведения региональных властей. По этой причине законотворческая деятельность в указанной области осуществляется исключительно на уровне регионов страны.

При этом на общегосударственном уровне действует Национальный комплексный план развития туризма Испании на 2012–2015 гг., в который, учитывая тенденцию сокращения в последние годы числа испанцев, предпочитающих проводить отпуск в Испании (в среднем на 5% ежегодно), включен раздел, посвященный мерам по стимулированию внутреннего туризма. В нем, главным образом, речь идет о разворачивании общегосударственной информационной кампании, нацеленной на популяризацию национальных туристических маршрутов и достопримечательностей среди населения страны. К ее реализации были привлечены представители органов власти регионов Испании, предпринимательские объединения, туроператоры, ведущие СМИ, местные знаменитости, «звезды» спорта и кино. Доведение данной информации до испанской общественности осуществляется путем размещения рекламы на каналах радио- и телевидения, печатных СМИ, в частности в виде брошюр и газетных вкладок, уличной рекламы. Отдельное внимание уделяется работе в социальных сетях, в том числе через формирование виртуальных платформ тематического общения, обмена опытом и туристическими впечатлениями. Данная информационная кампания в поддержку внутреннего туризма функционирует в течение всего года, однако пик ее активности приходится на период, предшествующий летним и новогодним каникулам, когда большинство людей, как правило, принимают решение о выборе места проведения своего отпуска.

Вопросы продвижения социального туризма частично охватываются полномочиями Министерства здравоохранения, социального обеспечения и равенства Испании. При этом акцент делается в направлении туризма для лиц пенсионного возраста и практически не охватывает другие социальные группы (многодетные семьи, представители экономически незащищенных слоев населения, инвалиды). Это обусловлено спецификой демографической ситуации, связанной с низким уровнем рождаемости и тенденцией увеличения в последние десятилетия доли пожилых людей среди населения Испании.

В настоящее время единственной общеиспанской программой социального туризма является «Туризм для пожилых людей и в целях поддержания уровня занятости в туристических районах», реализуемой Институтом по делам пожилых людей и социальных услуг Испании. Концепция данной программы, которая, по мнению местных экспертов, является одной из лучших в Европе, состоит в том, что участвующие в ней пенсионеры могут рассчитывать на существенные скидки при приобретении турпакетов (включающих проживание в гостинице, проезд, питание, экскурсионную программу, услуги гида, страхование и медицинское обслуживание) для поездок по стране в период с октября по июнь. Таким образом, наряду с повышением качества жизни пенсионеров решается задача смягчения сезонного характера функционирования туристического сектора и поддержания устойчивого уровня занятости в течение всего года в курортных городах Испании.

Льготами в рамках данной программы могут воспользоваться испанские граждане и иностранцы, постоянно проживающие в Испании, достигшие пенсионного возраста, а также сопровождающие их в поездке лица (супруги, дети при условии проживания в одном гостиничном номере). Лица, желающие стать участниками программы, направляют обращения в Институт по делам пожилых людей и социальных услуг. Каждому обращению при поступлении присваивается определенное количество баллов в зависимости от возраста заявителя, его экономического положения, состояния здоровья, наличия у него многодетной семьи.

Обращения, получившие наибольшее количество баллов, удовлетворяются в приоритетном порядке. После регистрации обращения заявителю направляется информация о возможных сроках совершения туристической поездки. Продажа турпутевок осуществляется через уполномоченные туристические агентства.

Согласно результатам опросов, более 90% пенсионеров, принявших участие в программе, оценивают ее положительно и выражают заинтересованность в том, чтобы продолжать в ней участвовать и впредь. По оценкам экспертов, положительной стороной данной программы наряду с решением социальных задач является обеспечение интересов бизнеса через активное использование схем государственно-частного партнерства.

В Испании также действуют некоторые другие программы в сфере социального туризма (ориентированные на молодежь, многодетные семьи и т.д.), однако они, как правило, реализуются по линии благотворительных фондов и общественных организаций.

Италия

Информация Минэкономразвития России

Туристический сектор играет важную роль в экономике Италии, доходы от него составляют 10% от ВВП страны, обеспечивая 2 млн. рабочих мест. Согласно данным института статистики Италии (ИСТАТ) за период январь-август 2015 года наблюдался рост прибытий иностранных туристов на 2,7% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Расходы туристов за рассматриваемый период составили 25 млрд. евро (+6,4%).

Отличительной особенностью экономики Италии по-прежнему является высокая роль внутреннего туризма. Согласно данным ИСТАТ, несмотря на падение количества поездок внутри страны на 15,2% по сравнению с 2013 годом, на внутренний туризм приходится примерно 3/4 всех поездок резидентов Италии.

Законодательное регулирование туристической деятельности в Италии прошло несколько этапов развития. Принятый в 1983 году Закон № 217/1983 «Рамочный закон о туризме» определял органы управления туристическим бизнесом в Италии, в том числе на региональном уровне, порядок функционирования туристических компаний, меры поддержки туристской отрасли в стране.

Законодательный декрет 185/2000 регулирует использование «Фонда содействия молодым предпринимателям», имеет целью поддержку предприятий, в которых участниками (учредителями) в уставном капитале в своем большинстве являются лица в возрасте от 18 до 35 лет. Условиями задействования средств фонда также являются: работа предприятия в области туристических услуг, поддержания культурного наследия, технического обслуживания гражданских и промышленных объектов при объеме инвестиций не более 516 тыс. евро. Финансовые льготы распространяются на инвестиции, расходы на управление и подготовку персонала.

29 марта 2001 г. был принят Закон № 135/2001 «О реформе национального законодательства о туризме». Новый Закон был принят с учетом стратегической роли туризма для экономики страны в целях развития «депрессивных» районов страны для туристической индустрии, поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в данной отрасли. Закон определял цели деятельности Национальной конфедерации по туризму, развитие местной туристической инфраструктуры, создание фондов софинансирования туризма и др.

Декретом Президента страны № 207 от 6 апреля 2006 г. для Национального агентства по туризму определены такие задачи, как реализация стратегии по международному сотрудничеству в сфере туризма с целью эффективного представления Италии на зарубежных рынках, обеспечение взаимодействия с туристическими органами итальянских регионов, в том числе, оказание им необходимой информационно-консультационной поддержки.

Законодательный декрет № 79/2011 от 23 мая 2011 г., называемый в обиходе «Кодексом туризма», регулирует вопросы туристической индустрии на государственном уровне с целью адаптации Директивы ЕС № 2006/123/ЕС об услугах на внутреннем рынке и направлен на устранение необоснованных и неадекватных административных и правовых барьеров при учреждении предприятий в сфере туризма. Кодекс обязывает повышать уровень оказываемых услуг и обеспечивать защиту прав клиентов туристической индустрии. Предусмотрены меры стимулирования туроператоров в данной области.

Стоит упомянуть принятие Правительством М. Ренци в марте 2014 г. комплексного плана оживления экономики страны. План предусматривает, в том числе, оказание помощи предприятиям малого бизнеса, работающим в сфере туризма и торговли. Компании, зарегистрированные как акционерные общества в период не менее 6 месяцев, большую часть акционеров которых составляют граждане Италии в возрасте от 18 до 35, имеют право получать в банках беспроцентные кредиты.

Декрет-закон №83 от 31 мая 2014 года предусматривает срочные меры защиты культурного наследия, развития культуры и содействия сектору туризма. Так, в Декрете предусмотрены налоговые вычеты в размере 30%, но не более 12500 евро в течение 2014–2016 гг. для гостиниц и турагентств при расходах на «оцифровку услуг», то есть на приобретение оборудования и услуг для выхода в Интернет, открытие web-страницы, регистрацию в поисковых сервисах и т.д. Декрет также предусматривает налоговый вычет в размере 30% (до 200 тыс. евро) при расходах гостиниц на их ремонт, реставрацию, а также приобретение мебели. Кроме того, Декрет предусматривает создание перечня молодых специалистов (до 29 лет) имеющих дипломы в области культуры и искусства для заключения гибких трудовых контрактов по предоставлению туристических услуг с целью временного заполнения вакантных мест и повышения качества услуг. Для развития туризма на Юге Италии Декрет предусматривает предоставление на безвозмездной основе недвижимого государственного имущества (пешеходные и велосипедные дорожки, железнодорожные станции, морские порты, маяки и т.д.), которое не используется муниципалитетами, в пользование туристическим компаниям, состоящим преимущественно из молодых специалистов в возрасте до 35 лет.

Необходимо отметить, что Италия нацелена, прежде всего, на привлечение иностранных туристов, а развитие отдельно внутреннего туризма, в том числе социального, в стране не предусматривается.

Вместе с тем, можно упомянуть некоторые меры, которые способствуют перемещению итальянских туристов внутри страны. Так, например, каждое первое воскресенье месяца посещение музеев является бесплатным. Многие итальянские семьи пользуются данной возможностью и планируют поездки для посещения в эти дни многочисленных музеев.

Положительно на туристическом секторе отразилась программа «Альтернатива школа-работа», которая согласно закону-декрету №77/2005 предусматривает для старшеклассников от 15 лет и учащихся технических учебных заведений прохождение практики в регионах Италии. Молодежь получает возможность повышения уровня профессиональных знаний, а компании,

организации и институты (в том числе занятые в туристическом секторе), сотрудничающие с учебными заведениями, получают в летнее время бесплатную рабочую силу.

Необходимо также отметить деятельность Национального агентства по привлечению инвестиций и развитию предприятий – Инвиталия, осуществляющего координацию привлечения иностранных инвестиций. Единую систему под общим руководством Инвиталии в области туризма образуют:

«Италия Туризмо» – занимается стратегическими инвестициями в сферу недвижимости, в первую очередь в новые гостиничные комплексы, туристические деревни, а также курирует переоборудование существующих туристических объектов. Особое внимание в своей деятельности уделяет развитию туризма в неблагоприятных с точки зрения экономических показателей областях Юга Италии: Сицилии, Апулии, Калабрии, Сардинии, управляет восьмью туристическими деревнями на 6 000 мест.

«Италия Навигандо» – отвечает за реализацию проектов строительства сети туристических портов, специализирующихся на водных прогулках. Кроме того, поддерживает контакты с регионами и местными администрациями по вопросам развития инфраструктуры и услуг в области водного туризма.

Осознавая важность туристического сектора, необходимость повышения качества туристических услуг, итальянское Правительство в январе 2013 года одобрило «Стратегический план развития туризма 2020» (далее – План 2020).

При составлении Плана был проведен анализ рынка и выделены 9 основных групп проблемных вопросов, для определения дальнейшей политики развития туризма в Италии.

1. Необходимость централизованного управления в секторе туризма. Речь идет об основной проблеме, подчеркиваемой всеми операторами туристического сектора – отсутствии скоординированного управления и взаимодействия между Правительством страны, регионами и ассоциациями.

2. Роль Национального агентства по туризму (ЭНИТ), не соответствующая его статусу. Необходимость определения приоритетов и развития ключевых продуктов (поддержка регионов в разработке предложений и определении экономических целей). Недостаточное использование международного кинематографа для продвижения туризма в Италии в странах, имеющих слабое представление о ее культуре.

3. Недостаточное использование цифровых каналов продаж туристических услуг. Низкий уровень взаимодействия с международными туроператорами. Расхождения между рейтинговыми системами для гостиниц.

4. Отсутствие плана по продвижению календаря туристических мероприятий. Отсутствие туристического приложения для смартфонов. Отсутствие инновационных туристических продуктов.

5. Устаревшая гостиничная инфраструктура. Недостаточное количество гостиниц среднего класса (в первую очередь, для семей и у моря). Качество и стандарты сильно варьируются. Слабая система классификации.

6. Слабое развитие транспортной инфраструктуры, которая в настоящее время не способна принять туристов в случае их наплыва в четырех основных туристических городах (Рим, Венеция, Милан, Флоренция). Плохое соединение аэропортов с городами. Низкое количество прямых рейсов (в том числе, «лоу-кост»).

7. Слабая привлекательность профессий в туристическом сегменте среди молодежи. Отсутствие профессионально-технических училищ для директоров и менеджмента в секторе, и, как следствие, низкий уровень подготовки кадров.

8. Отсутствие ключевых условий для привлечения иностранных инвестиций.

Для иностранных инвесторов необходимы три условия: финансовая стабильность, низкий уровень риска страны и структурный подход в определении «почему инвестировать». Налоговое бремя и сложный доступ к кредитным услугам являются сильным тормозом в развитии инвестиций в туризм.

9. Время и процесс получения виз. Бюрократизация как препятствие в развитии новых туристических направлений. Налоговое давление на турагентства.

В Плане 2020 подчеркивается важность рассмотрения опыта каждого туриста от начала и до конца путешествия, т.е. начиная от намерения совершить поездку и до возвращения домой. В Плане также отмечается необходимость планомерного урегулирования всех девяти групп проблемных вопросов. Для этого было разработано около 60 мер как прямого (т.е. на конкретный сегмент или направление сектора), так и трансверсального действия (на весь сектор). Данные меры были сгруппированы в семь основных линий Плана 2020:

1. Управление: усиление поддержки и центральной координации.
2. Реформирование ЭНИТ с предоставлением соответствующих финансовых и человеческих ресурсов.
3. Улучшение предложения: фокус на 30-40 приоритетных направлениях.
4. Переквалификация и консолидация отельного бизнеса.
5. Развитие транспорта и инфраструктуры в соответствии с требованиями отрасли.
6. Образование и повышение квалификации занятых в отрасли.
7. Привлечение инвестиций путем принятия стимулирующих мер и снижения бюрократических формальностей.

Среди мер, представленных в Плане 2020, следует выделить:

создание постоянного комитета по туризму между Правительством, регионами и автономными провинциями;

учреждение круглых столов по вопросам внедрения Плана 2020 регионами и ассоциациями;

создание рабочей группы «Таск Форс» по имплементации Плана (в прямом подчинении Министру по туризму);

создание Министерством по туризму либо агентством ЭНИТ банка данных по туризму;

реорганизация ЭНИТ и открытие дополнительных представительств за рубежом;

продвижение агентством ЭНИТ не только международного, но и внутреннего туризма путем предоставления аналогичных пакетов услуг для итальянских граждан;

улучшение имиджа туристического сектора через средства массовой информации;

содействие и реализация соглашений для производства фильмов на объектах исторического, культурного наследия и других местах туристического направления для иностранцев, в первую очередь стран БРИКС;

создание приложения для смартфонов для иностранных туристов;

привлечение телеканала RAI с целью продвижения итальянского туристического сектора за рубежом;

улучшение распределения туристических потоков в 4 основных города Италии, способствование снижению сезонности их посещения;

развитие маршрутов шоппинга;

реализация 1-2 новых, крупных направлений на Юге Италии (Медзоджорно), финансируемых европейскими фондами;

налоговые вычеты для туристических компаний, повышающих стандарты обслуживания;

адаптация во всех регионах системы классификации в соответствии с европейскими стандартами;
 увеличение количества прямых рейсов стран БРИКС и рейсов компаний «лоукост» для стран Европы;
 улучшение инфраструктуры аэропортов;
 повышение привлекательности профессий в секторе туризма для привлечения молодых талантов;
 повышение квалификации работников туристического сектора;
 привлечение иностранных инвестиций на проекты стоимостью более 250 млн. евро путем предоставления льготного финансирования и с использованием европейских фондов;
 снижение уровня бюрократизации в секторе;
 направление части НДС в туристический сектор.

Благодаря мерам, предусмотренным в Плате, руководство страны надеется до 2020 года увеличить ВВП Италии на 30 млрд. евро за счет доходов от иностранных туристов и создать дополнительные 500 тыс. рабочих мест.

Информация МИД России

Стимулирование внутреннего туризма в Италии не выделено в отдельную государственную программу и ведется в рамках национальной политики, направленной на повышение туристической привлекательности Италии и реализацию различных программ поддержки социально уязвимых слоев населения.

Для развития внутреннего туризма в стране осуществляется комплекс мер на государственном и региональном уровнях. В частности, национальными СМИ совместно с Министерством культурного достояния и туризма ведется активная пропаганда богатого культурно-исторического наследия Италии, включая выпуск документальных и художественных фильмов, сериалов, телевизионных программ, разнообразной печатной продукции, проведение мероприятий культурно-гуманитарного характера, формирующих положительный образ итальянских городов, исторических мест и персонажей.

Для кинокомпаний, организующих съемки на территории Италии и способствующих таким образом привлечению туристов, предусмотрены значительные налоговые вычеты.

На различных уровнях Италия борется за возможность проведения на своей территории крупных международных мероприятий. В частности, большую часть из 22 млн. туристов, посетивших Всемирную универсальную выставку «ЭКСПО–2015» в Милане, составили итальянские граждане.

Одна из последних инициатив Правительства М. Ренци – введение в проект нового бюджетного закона параграфа о «культурном бонусе» граждан в возрасте от 18 до 25 лет. Бонус представляет собой налоговый вычет для физических лиц в размере 500 евро, который можно оформить в счет компенсации расходов на участие в культурных мероприятиях.

Пропаганда культурно-исторического наследия собственной страны является неотъемлемой частью школьного образовательного процесса. Во внеучебное время распространена практика организации для школьников и студентов колледжей экскурсий культурного и образовательного характера, для которых, как правило, принимающими структурами и транспортными компаниями предоставляются скидки.

Развитию туризма способствует и организация в государственных музеях дней бесплатного посещения (как правило, первое воскресенье месяца) и «белых ночей», когда свободный доступ к культурно-историческим достопримечательностям открывается в ночное время. Эти меры не только вызвали интерес со стороны

иностранных туристов, но и привлекли внимание итальянцев.

По мнению представителей туристической отрасли Италии, мощным стимулом к внутреннему туризму стал экономический кризис – планируя отдых в период отпусков, итальянцы стали уделять больше внимания внутренним направлениям.

Литва

Информация Минэкономразвития России

Документами, регулирующими развитие туризма в Литовской Республике, являются:

Закон Литовской Республики от 19 марта 1998 г. № VIII-667;

Программа развития Литовского туризма на 2014-2020 гг., утвержденная Правительством Литовской Республики (резолюция от 12 марта 2014 года № 238);

Маркетинговая стратегия туризма Литвы на 2016-2020 годы, утвержденная приказом Министра хозяйства Литовской Республики от 23 декабря 2015 года №4-824 (далее – Маркетинговая стратегия).

Из всех указанных документов мероприятия, направленные на развитие внутреннего туризма, отражены лишь в Маркетинговой стратегии.

Согласно данному документу, в качестве стратегических определены следующие задачи: осуществление комплексного маркетинга в Литве, презентация и популяризация туристских маршрутов, треков, приоритетных туристических продуктов, охватывающих объекты культурного и природного наследия, повышение их посещаемости, известности и, как следствие, развитие местного туризма.

В качестве важнейших направлений туристического потока в Литву определены крупные города, курорты и курортные зоны, охраняемые территории.

Целевой сегмент разбит на четыре группы – семьи, молодежь (18–30 лет), работоспособные члены общества (30–55 лет), пенсионеры.

В качестве основных туристических продуктов Маркетинговой стратегией определены культурный, оздоровительный, экологический туризм. В качестве нишевых туристических продуктов – городской туризм, гастрономические маршруты, оздоровительный туризм и курорты Балтийского побережья, отдых у воды, сельский туризм.

Для продвижения местного туризма Маркетинговой стратегией определена необходимость тесного сотрудничества между Департаментом туризма, местными туристическими информационными центрами и другими учреждениями, работающими в этой области, общественными организациями, а также представителями туристического бизнеса. Маркетинговые действия должны обсуждаться со всеми этими партнерами. Предполагается, что маркетинг будет гораздо более эффективным, если денежные средства будут кооперировать несколько учреждений, и тогда проекты (например, телепроекты, кампании в Интернете) будут более массовым, более заметными или транслироваться в лучшее время, обеспечивая тем самым большую часть целевой аудитории.

Нидерланды

Информация Минэкономразвития России

Индустрия туризма и рекреации является важной отраслью экономики Нидерландов. В 2014 г. доля туризма в ВВП Нидерландов составила более 4%. Годовой оборот туристической отрасли составляет 68 млрд. евро. Данная отрасль

обеспечивает стране более 600 тыс. рабочих мест, что составляет 6,2% от общего числа рабочих мест в Нидерландах.

Совокупность исторических, культурных, климатических особенностей государства, а также развитая дорожная сеть, гостиничная инфраструктура, отлаженная высококачественная индустрия развлечений, наличие постоянного повышенного интереса к стране со стороны иностранных туристов создают предосылки для дальнейшего развития туризма.

Одним из основных направлений развития отрасли является расширение внутреннего туризма. В 2015 г. жители Нидерландов приобрели более 17 млн. туристических путевок для проведения отдыха в своей стране, что на 2% больше по сравнению с показателем 2014 г. Более половины населения Нидерландов предпочитает проводить отпуск в своей стране, по меньшей мере, один раз в году. В отличие от иностранных туристов голландцы предпочитают загородный отдых. Особо популярны природные парки, а также отдых в бунгало, кемпингах и летних домиках. Ежегодно туристические расходы голландцев на путешествия внутри страны составляют более 3 млрд. евро. К наиболее посещаемым голландцами туристическим направлениям относятся следующие:

- побережье Северного моря (2 млн. 137 тыс. посетителей в год);
- северная провинция Фрисланд, города Гронинген, Дренте (2 млн. 75 тыс. человек);
- национальный парк Велюве (1 млн. 916 тыс. человек);
- восточный Брабант, северный Лимбург, Ниямеген (1 млн. 775 тыс. человек);
- западный Брабант (1 млн. 684 тыс. человек);
- Твенте, Салланд, Вехтсрейк (1 млн. 342 тыс. человек);
- южный Лимбург (1 млн. 123 тыс. человек);
- побережье Айселмеер (989 тыс. человек);
- острова Ваттового моря (938 тыс. человек).

Особую роль в увеличении туристического потока играет транспортная инфраструктура Нидерландов, которая является одной из самых развитых в Европе и включает в себя современный морской и речной транспорт, паромное сообщение между островами, высококачественную автодорожную сеть, а также современный и скоростной железнодорожный транспорт. Международный аэропорт «Схипхол» является одним из основных транспортных хабов в Европе.

В Нидерландах положения о стимулировании туристической отрасли закреплены в Законе «О туризме» от 1945 года, устанавливающего компетенции, а также порядок взаимодействия между государственными органами и организациями Нидерландов в данной сфере.

Основные направления политики Нидерландов в сфере туризма устанавливаются Министерством экономики Нидерландов совместно с Нидерландским Бюро по туризму и конгрессам (NBTC). Также существует ряд организаций, которые напрямую связаны с развитием туристического бизнеса. Прежде всего, это Платформа по туризму и рекреации (PTR), Нидерландская Ассоциация туристических операторов (ANWB), Фонд срочной помощи туристам (SCR).

Нидерландское Бюро по туризму и конгрессам (NBTC) выполняет следующие функции:

- предоставление информации и поощрение государственных и частных туристических организаций к выходу на зарубежные рынки и стимулированию внутреннего туризма;
- оказание помощи туристическим агентствам в рекламной деятельности;
- содействие зарубежным компаниям в продвижении Нидерландов в качестве

страны, которую приятно посетить;

содействие развитию делового туризма в Нидерландах.

NBTC имеет 12 представительств за рубежом и координирует работу национальных туроператоров внутри страны и за ее пределами.

Деятельность Нидерландской Ассоциации туристических операторов (ANWB) охватывает широкий спектр вопросов, которыми занимаются следующие комитеты: Продвижение позитивного имиджа Нидерландов, Потребительский сектор, Авиатранспорт, Занятость и образование, Стандартизация, Комитет по рассмотрению туристических споров. Ассоциация была основана в 1966 году, а в 1971 году стала первой организацией в мире, создавшей гарантийный фонд для защиты интересов туристов, приобретающих туристические пакеты компаний, входящих в данную ассоциацию. В 1983 году гарантийный фонд ANVR преобразовался в независимый Фонд срочной помощи туристам (SCR), членами которого должны были стать все компании, входящие в ANVR. Целью SCR является помощь туристам, не способным продолжать путешествие вследствие катастрофы или иной экстренной ситуации. С 1982 года ANVR совместно с Ассоциацией по защите прав потребителей Нидерландов разрабатывает типовые соглашения о предоставлении туристических услуг, которые в полной мере соответствуют нормам гражданского законодательства Нидерландов, а также более детально регламентируют положения между туристом и туроператором. При возникновении разногласий между соглашением сторон об оказании услуг и типовым соглашением, разработанным ANVR, применению подлежит то соглашение, условия которого являются более благоприятными для туриста. Данное положение свидетельствует об особом правовом статусе типовых соглашений ANVR и особом отношении к защите прав туристов в Нидерландах.

Национальное законодательство Нидерландов в области туризма соответствует правовым нормам ЕС. основополагающими нормативно-правовыми документами, регламентирующими туристическую деятельность в ЕС, являются Директива ЕС 90/314/ЕЕС о путешествиях, отпусках и турах, Директива ЕС 2006/123/EU об услугах на внутреннем рынке. В целом туристское право ЕС направлено на защиту прав потребителей.

В условиях возрастания конкуренции на европейском туристическом рынке голландское Правительство предпринимает дополнительные меры по стимулированию национального сектора туристических услуг и продвижению голландских провинций в качестве туристических направлений. Существенную финансовую поддержку развитию туристической отрасли оказывает Министерство экономики Нидерландов. Так, в 2015 году Министерство выделило субсидии в адрес организации NBTC на сумму около 8,5 млн. евро.

Согласно государственному плану развития туристической отрасли Нидерланды планируют к 2025 году занять первое место в мире по плотности туристических мест назначения на один квадратный километр. Чтобы добиться высоких показателей в развитии отрасли, Министр экономики Нидерландов Хенк Камп в октябре 2013 года анонсировал создание топ-сектора «Индустрия гостеприимства» и запуск программы «Vinden, Verrassen, Verbinden» («Находить, удивлять, объединять»). Работа топ-сектора строится на базе национальной модели «Золотого треугольника», представляющего собой сотрудничество предпринимателей в области турбизнеса, инвестиционных фондов, образовательных центров и профильных государственных структур.

В плане действий топ-сектора указаны основные направления развития индустрии гостеприимства, конкурентные преимущества Нидерландов, изложены основные цели, описаны меры государственной поддержки, финансовые механизмы

и система внутреннего взаимодействия. К основным целям отрасли относятся:

- повышение качества услуг и развитие высокого уровня гостеприимства;
- усиление конкуренции в секторе и обеспечение стабильности ценовой политики;
- улучшение бизнес-климата;
- сокращение бюрократии, уменьшение административных барьеров;
- внедрение инноваций и экологически чистых технологий в туристическую инфраструктуру;
- привлечение финансового капитала в развитие отрасли;
- интернационализация отрасли;
- оснащение туристических направлений современными IT-технологиями;
- лоббирование создания привлекательных программ кредитования турбизнеса;
- развитие человеческого капитала и подготовка кадров в сфере туризма.

Топ-сектор «Индустрия гостеприимства» активно взаимодействует с другими топ-секторами экономики. Сотрудничество осуществляется в рамках следующих проектов:

1. Стимулирование предпринимательской активности местного населения в сфере туризма путем информирования о возможностях бизнеса в сфере туризма на территории отдельных городов и туристических направлениях.
2. Изучение ведущих туристических центров страны, сравнение с зарубежными аналогами с целью определения сильных и слабых сторон.
3. Разработка долгосрочной программы проведения крупномасштабных развлекательных мероприятий и празднований с целью привлечения туристов.
4. Использование в туризме бизнес-модели «Нидерланды – страна из воды».
5. Расширение туристической инфраструктуры (открытие новых отелей, ресторанов, спа-центров, развлекательных парков и туристических маршрутов).
6. Активизация рекламной компании провинций и городов на уровне мировых СМИ и улучшение маркетинговой политики.
7. Стимулирование внутреннего туризма в рамках программы Holland City.
8. Развитие национальных парков, инфраструктуры прибрежных зон, обустройство туристских маршрутов, экологических троп, кемпингов и т.д.
9. Развитие бизнес-туризма, что означает наполнение деловой программы прибывающих бизнесменов культурными элементами (посещение музеев или исторических мест).
10. Продвижение онлайн-платформы OntmoetNL для бронирования отдыха на территории Нидерландов.

В рамках программы Holland City созданы так называемые «маршруты повествования» (или тематические туристические маршруты). Каждый маршрут включает в себя города, географические объекты, музеи и национальные памятники, имеющие отношение к какому-либо значимому событию из истории Нидерландов, описывающие историю жизни известной личности. Также имеются маршруты, включающие самые живописные уголки Нидерландов или крупные торговые центры основных агломераций. Основная цель проекта — популяризация менее известных достопримечательностей Нидерландов, привлечение внимания туристов к истории страны, равномерное распределение туристического потока по территории Нидерландов. Дополнительными преимуществами являются небольшие расстояния между объектами одного маршрута и развитая транспортная инфраструктура. Это позволяет туристам сократить время на перемещение и посетить даже не слишком популярные исторические достопримечательности.

Также с целью стимулирования внутреннего туризма была создана программа развития и популяризации национальных парков Нидерландов в качестве

туристических направлений (Nationale Parken Nieuwe Stijl). В рамках проекта планируется стимулировать развитие туристических услуг в национальных парках, тем самым превращая их в «зеленые двигатели» экономики провинций Нидерландов.

Кроме того, к механизмам стимулирования внутреннего туризма можно отнести следующие:

- пониженные ставки «городского налога» в отдельных городах и провинциях;
- стимулирование туризма инвалидов путем оснащения инфраструктуры необходимой техникой в туристических местах;
- стимулирование туризма студентов и групп населения с низким доходом путем выпуска специальных музейных карт, выдачи краткосрочных туристических путевок и предоставления скидок на транспортные услуги;
- создание единого проездного билета (OV-pas), который позволяет путешествовать по всей стране на общественном транспорте;
- развитая система страхования.

Норвегия

Информация Минэкономразвития России

В норвежском законодательстве отсутствуют нормативные правовые акты, регулирующие оказание государственной поддержки туристической отрасли. Существующий пакет законов обеспечивает, главным образом, защиту интересов и безопасность клиентов туристических компаний и включает:

Закон от 25 августа 1995 г. № 57 «О турпакетах», который определяет порядок взаимоотношений между продавцом и покупателем при приобретении туристического пакета. В соответствии с законом туристическим пакетом считается продукт, подразумевающий мероприятие длительностью более 24 часов и включающий следующие элементы: транспорт, проживание и другие туристические услуги. В законе предусматриваются права и обязанности как покупателя, так и продавца турпакета, а также ответственность соответствующих субъектов;

Закон от 23 июня 2000 г. № 54 «О системе бронирования на транспорте», который устанавливает порядок, права и обязанности сторон при осуществлении покупки/бронирования билетов на различные виды транспорта;

Закон от 7 июня 1991 г. № 24 «Об эксплуатации объектов в развлекательных и тематических парках», положениями которого предусматривается порядок организации различного рода развлекательных мероприятий.

Вместе с тем, туристической отрасли оказывается поддержка через государственный бюджет, который формируется на основании §75 Конституции Королевства Норвегия и в соответствии с Предписанием стортинга от 26 мая 2005 г. № 876 «Правила выделения ассигнований», в котором содержатся основополагающие принципы бюджетной работы.

Государственная поддержка развития туристической отрасли Норвегии направлена на создание и продвижение национального туристического продукта, обеспечение мер по повышению конкурентоспособности предприятий и доступности объектов туризма. При этом в качестве объекта государственной политики и отраслевой стратегии рассматривается въездной и внутренний туризм в целом, также не выделяется в отдельное направление социальный туризм.

В связи с тем, что развитие внутреннего и въездного туризма является задачей не только Правительства, но и большого количества губернских и местных администраций, достаточно трудно определить точно сумму государственного

финансирования мер поддержки туристической отрасли, которое осуществляется через бюджеты различных уровней и различных ведомств. Оценочно объем совокупного финансирования составляет более 1 млрд. норв. крон (в 2015 году – около 1,2 млрд. норв. крон/135 млн. долларов США), который еще называется «Туристическим миллиардом».

Государственная финансовая поддержка отрасли осуществляется в соответствии с правилами, предусмотренными Соглашением о Европейском экономическом пространстве 1992 года и ограничивается предоставлением кредитов, гарантий и субсидий. При этом субсидии выделяются на информационные цели, обучение и повышение квалификации персонала, организацию форумов, конференций и других площадок для сотрудничества.

Повышению туристической активности в Норвегии способствуют меры государственной поддержки развития транспортной системы страны, направленные на улучшение транспортной доступности районов, удаленных от столицы, а также на развитие межрегиональных транспортных связей.

С этой целью, помимо инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры, производятся государственные закупки услуг пассажирских перевозок на авиационном, железнодорожном и морском транспорте.

Закупка услуг авиационных пассажирских перевозок касается, прежде всего, авиамаршрутов в Западной и Северной Норвегии, в 2015 году на эти цели из государственного бюджета (через бюджет Министерства транспорта и коммуникаций) выделено 708,9 млн. норв. крон (80 млн. долларов США).

На закупку услуг железнодорожных пассажирских перевозок, охватывающих почти все маршруты внутри Норвегии, а также два железнодорожных маршрута в Швецию, ежегодно выделяется 3 млрд. норв. Крон (337 млн. долларов США).

Услуги морских пассажирских перевозок закупаются у судовладельческой компании «Хуртигрутен», которая обеспечивает ежедневный заход паромов в 34 населенных пункта вдоль всего побережья страны по маршруту Берген – Киркенес. Ежегодно на эти цели из бюджета направляется 640 млн. норв. крон (72 млн. долларов США).

Услуги авиаперевозок закупаются на основании Закона «О государственных закупках» путем проведения открытого конкурса. Услуги железнодорожных и морских перевозок закупаются в соответствии с договорами, заключаемыми с компаниями «НСБ» (государственная монополия в сфере пассажирских железнодорожных перевозок) и «Хуртигрутен» (единственный оператор паромной линии Берген – Киркенес).

Информация МИД России

Специальных законодательных мер по регулированию стимулирования развития внутреннего туризма в Норвегии не существует, поскольку при продвижении национального туристического продукта норвежские власти не выделяют внутренний туризм в отдельное направление деятельности. Понятие социального туризма (для детей, молодежи, многодетных семей, пенсионеров, инвалидов и др.) отсутствует полностью.

Развитием туризма занимаются государственная корпорация «Инновация Норвегия» и действующий при ней Совет по туризму Норвегии (подразделяется на региональные советы внутри страны и на зарубежные представительства при норвежских дипломатических миссиях).

В соответствии с принятой Министерством промышленности и торговли Норвегии правительственной стратегией в области туризма «Дестинейшн Норвеи» (2012 г.), «Инновация Норвегия» находится в плотном контакте с норвежскими

туристическими компаниями, оказывая им всестороннюю практическую поддержку по развитию бизнеса и продвижению турпродукта как за пределами Норвегии, так и внутри страны. В частности, местным туроператорам предоставляется помощь в софинансировании отдельных проектов, для них организуются разнообразные рекламные кампании, семинары по повышению рентабельности бизнеса, им направляется статистическая и аналитическая информация о состоянии международного и норвежского рынков туристических услуг и перспективах их роста. Представители Совета по туризму на регулярной основе принимают участие в профильных выставках, конференциях и ярмарках, раскручивая бренд «Норвегия» в качестве популярного туристического направления.

Весьма успешным механизмом развития внутреннего туризма стал запущенный в 2011 г. интернет-сайт www.visitnorway.com, ориентированный не только на иностранных туристов, но и на норвежцев. «Иновация Норвегия» проводит активную рекламу этого ресурса в Норвегии и за ее пределами.

В последнее время норвежцы активизировали свои усилия по продвижению туризма на Шпицбергене. Распространением информации о туристической привлекательности архипелага занимается Совет по туризму Шпицбергена. В настоящее время в его состав входят десятки юридических лиц, деятельность которых касается туристической отрасли.

Норвежскому Совету по туризму принадлежит компания «Визит Свальбард», которая занимается профилированием этого туристического направления, представляет Шпицберген на различных тематических ярмарках и выступает в качестве единого секретариата туркомпаний в Лонгьербюене. Финансирование ее деятельности осуществляется за счет сборов, поступающих в Фонд охраны окружающей среды Шпицбергена с каждого прибывающего на архипелаг туриста (в размере 150 норвежских крон согласно предписанию Правительства от 22.12.2006 г. № 1532).

Польша

Информация Минэкономразвития России

Развитие туристической отрасли в Польше планируется государственными властями, а также местными администрациями и туристическими организациями на комплексной основе.

Основным законом, регулирующим предоставление туристических услуг в Польше, является Закон о туристических услугах от 29.08.1997 г. Функции Национальной туристской администрации возложены на Министерство спорта и туризма (<http://www.msport.gov.pl/>).

К основным функциям Министерства в сфере туризма относятся:

формирование и обеспечение реализации государственной туристской политики и целевых программ развития туризма;

содействие возрождению и развитию традиционных центров туризма, освоению новых туристских районов с обширным природным и историко-культурным потенциалом;

мониторинг и оценка качества предоставляемых туристических услуг;

маркетинг национального туристского продукта;

защита потребителей туристических услуг (в т.ч. ведение реестра выданных туроператорам лицензий);

разработка нормативных правовых актов и финансово-экономических параметров развития туризма;

контроль над деятельностью национальной организации по туризму – «Польской туристической организации» (государственная организация, созданная для продвижения польского туризма на внутреннем и зарубежных рынках в соответствии с Законом от 25 июня 1999 г. о Польской туристической организации).

В 2015 г. Правительство Польши утвердило новую пятилетнюю «Программу развития туристического сектора страны на период до 2020 г.» (Постановление Совета Министров № 143/2015 от 18.08.2015 г.). Туризм – важная отрасль польской экономики, обладающая большим потенциалом. В течение нескольких последних лет доля туризма сохраняется на уровне 5-6% ВВП страны, занятость в отрасли составляет около 760 тыс. человек, или 4,7% общей численности трудоспособного населения.

Принятая Программа содержит меры, направленные на ускоренное развитие туристической отрасли, и, прежде всего, обозначает рамки деятельности и направления поддержки всего туристического сектора как составной части национальной экономики.

Приоритетами Программы являются, в частности, развитие конкурентоспособности польского туризма, создание и развитие центров туризма с использованием культурного потенциала регионов, в том числе с применением кластерного подхода, что будет способствовать укреплению его конкурентных преимуществ. Программа также делает акцент на поддержке проектов в области туризма в рамках механизма государственно-частного партнерства, а также на развитии системы сертификации туристических услуг, призванной значительно улучшить их качество.

Основная цель Программы заключается в укреплении развития конкурентоспособной и инновационной туристической отрасли путем поддержки предприятий, учреждений, организаций и инициатив в сфере туризма.

Достижение этой цели запланировано путем реализации четырех оперативных целей:

1. Развитие инновационности, привлекательности и качества туристических услуг и продуктов как фактора конкурентной экономики.
2. Усиление социальной активности и предпринимательства в сфере туризма, а также повышение квалификации кадров.
3. Продвижение приоритетных туристических регионов страны.
4. Модернизация территорий для развития туризма и туристической инфраструктуры при сохранении принципов охраны окружающей среды.

В результате реализации Программы ожидается рост внутреннего и международного туризма, увеличение расходов иностранных туристов в Польше, а также увеличение доли туризма в ВВП страны. Степень реализации Программы будет измеряться, в том числе, количеством кластеров в отрасли, количеством фирм и организаций, действующих в рамках кооперации. Эффекты Программы также будут измеряться протяженностью новых и отремонтированных туристических маршрутов, количеством реализованных проектов по презентации и продвижению туристической привлекательности страны на зарубежных рынках.

Реализация Программы будет осуществляться как за счет средств организаций и ведомств, ответственных за перечисленные в Программе оперативные цели и задачи, без привлечения дополнительного финансирования, так и за счет средств ЕС, выделяемых на период 2014–2020 гг.

В рамках финансирования за счет национальных средств будут реализовываться задачи:

Министерства спорта и туризма (ст. 40 Бюджета: расходы Министерства спорта и туризма и Польской туристической организации), а также иных

министерств, реализующих программы по развитию туризма;
 органов местного самоуправления всех уровней;
 субъектов хозяйственной деятельности и их объединений;
 научных институтов и организаций по содействию бизнесу;
 региональных и локальных туристических организаций;
 неправительственных организаций и фондов.

Объем средств, выделяемых Министерством спорта и туризма и Польской туристической организацией на развитие туризма в рамках ст. 40 Бюджета оцениваются на уровне 50 млн. злотых в год. Размер выделяемых средств зависит от лимита, ежегодно выделяемого Министром финансов при проектировании бюджета на год. По оценкам, общая сумма, предназначенная на развитие туризма в 2015–2020 гг., не превысит 300 млн. злотых.

В 2015–2020 гг. органы местного самоуправления будут финансировать, в том числе, продвижение польской туристической отрасли в стране и за рубежом, дотации для неправительственных организаций, поддержку региональных туристических организаций, а также различные инфраструктурные задачи отрасли.

Поддержка туризма за счет средств структурных фондов ЕС, выделенных на 2014–2020 гг., будет осуществляться в рамках действующих национальных и региональных операционных программ.

Словакия

Информация Минэкономразвития России

В Словакии в настоящее время действует «Национальная стратегия развития туризма до 2020 года» (утверждена в 2010 г.). В рамках этой программы установлены общие нормы развития туристической деятельности, в том числе и внутри страны.

Отдельных законодательных актов о поддержке внутреннего туризма не принималось. Программа развития туризма Словакии выделяет 5 сфер:

летний туризм: отдых около воды и в аква-парках, пешие маршруты в горной местности, конные прогулки;

зимний туризм: горнолыжный отдых (Высокие Татры);

бальнеологический туризм: горячие источники, грязи, лечебные процедуры;

культурный и городской туризм: осмотр достопримечательностей, замков Словакии и др.;

агротуризм: сбор ягод, познание жизни в сельской местности.

Следует отметить, что в основном Стратегия предусматривает привлечение туристов в Словакию из соседних стран (Чехия, Австрия, Венгрия), а не туристов внутри страны.

Тем не менее, косвенными мерами поддержки внутреннего туризма можно считать принятые в ноябре 2014 года поправки в закон о бесплатном проезде (Zakon i. 461/2003 Z.z.) на поездах внутри Словацкой Республики для студентов и пенсионеров. Правительство одобрило предложение о реализации мер экономического, финансового и социального пакета для железнодорожных пассажирских перевозок. Выбранные группы будут путешествовать в вагонах 2 класса бесплатно. Право на бесплатный проезд во внутреннем железнодорожном пассажирском транспорте установлено для детей в возрасте до 15 лет, учеников, студентов дневной формы обучения до 26 лет, и лиц старше 62 лет, а также всех лиц, получающих пенсию в соответствии с законом о социальном страховании.

Также мерой поддержки внутреннего туризма можно считать инициированную

премьер-министром Словакии Робертом Фицо социальную программу о бесплатных лыжных курсах для детей, которую планируют утвердить в 2016 году.

Информация МИД России

В Словакии нет отдельного законодательного акта и разработанной системы стимулирования развития внутреннего туризма.

В 2013 г. была принята «Стратегия развития туризма до 2020 года», в которой предусмотрена возможность выделения работодателем сотруднику денежной дотации на проведение отпуска внутри страны. В этом случае работодатель имеет право на определенные налоговые льготы. Однако на практике эти положения не реализуются и, по оценкам специалистов, нуждаются в дополнительной проработке.

В рамках принятого правительством Словакии в августе 2015 г. «второго пакета социальных мер» планируется выделять пособия на лыжные курсы для детей, зимние и летние школы, а также отдых детей из социально незащищенных семей в рекреационных центрах министерств обороны и внутренних дел.

Министерство труда, социальных дел и семьи Словакии на основании закона «О дотациях» в рамках своей компетенции имеет право выделять дотации на реабилитацию, в том числе и на национальных курортах, пенсионеров и инвалидов. В 2015 г. ведомство выделило на эти цели 597 тыс. евро, которые были направлены в Конфедерацию профсоюзов, Объединение пенсионеров и Профсоюз работников пищевой промышленности. Всего дотации получило около 10 тыс. человек.

Инфраструктурные проекты, направленные на стимулирование развития туризма, финансируются в Словакии из средств еврофондов.

Сербия

Информация Минэкономразвития России

Закон о туризме Республики Сербии, а также Стратегия развития туризма Сербии определяют основы формирования отрасли внутреннего туризма.

В соответствии со статьей 27 Закона в целях поддержки развития туризма из государственного бюджета Сербии выделяются средства для:

1) участия в финансировании разработки стратегических планов, программ развития туристического продукта, продвижения туристических услуг, формирования туристических объектов и мест отдыха;

2) участия в финансировании продвижения туристических направлений и мест, культурных и туристических мероприятий (в том числе и за границей), программ обучения и совершенствования персонала;

3) участия в финансировании создания природоохранных проектов, защиты окружающей среды, природных ресурсов, культурных мест;

4) стимулирования развития и строительства инфраструктуры, спортивно-рекреационных объектов;

5) продвижения туристических предложений, интенсификации использования услуг внутреннего туризма;

6) поддержки реализации услуг внутреннего туризма, организации услуг для иностранных туристов.

Министерство торговли, туризма и телекоммуникаций принимает решение о выделении средств в рамках поддержки туристической отрасли.

Условия использования средств определяются Правительством.

Законом определены основные организации, осуществляющие продвижение туристической отрасли и внутреннего туризма: Туристическая организация Сербии (ТОС) и региональные туристические организации.

Стратегией установлена задача по формированию туристических кластеров: Воеводина, Белград, Юго-Западная Сербия, Юго-Восточная Сербия.

Одним из инновационных решений в сфере развития туристической отрасли в Сербии стало решение Правительства об организации программ по субсидированию и поддержанию туристических объектов и услуг с учетом социальной составляющей.

Правительство Сербии 18 июня 2015 г. приняло Постановление об условиях и порядке распределения и использования средств для развития внутреннего туризма за счет использования туристических услуг в Республике Сербии. В соответствии с данным постановлением Правительством выделено 5 млн. евро на поддержку внутреннего туризма. Суть постановления заключается в том, что Правительство на основе договора с рядом отелей, частных апартаментов, специализированных больниц, рекреационных центров и центров сельского, этно- и экотуризма предоставляет заинтересованным лицам ваучеры, стоимость которых оценивается в 5000 дин. (около 50 долл. США). Данный ваучер можно использовать только на услуги, оказываемые «аккредитованными» по данной программе туристическими объектами. Также существует ограничение по использованию ваучера: запрещается его использование в районе, области места проживания пользователя, а срок пребывания должен составлять не менее 5 ночей. Ваучер нельзя использовать на услуги питания, для оплаты туристического налога, различных налогов и сборов.

Воспользоваться правом на получение ваучера можно один раз в год или один раз в рамках проведения программы поддержки.

Пользователями данного ваучера могут стать:

нетрудоустроенные пенсионеры, зарегистрированные в Национальной службе занятости населения;

лица, имеющие право на получение дополнительной помощи в целях содержания других лиц (по Закону о социальной защите);

трудоустроенные граждане, заработная плата которых не превышает 60 тыс. дин. в месяц (около 600 долл. США);

инвалиды войны, чей доход составляет менее 60 тыс. дин. в месяц (около 600 долл. США).

Министерство торговли, туризма и телекоммуникаций определяет перечень необходимых документов для получения и подтверждения факта получения услуг.

Условием получения ваучера является также подтверждение резервации проживания в отелях, определенных Правительством в рамках данной программы.

Количество ваучеров ограничено 100 тыс. пользователей. Ваучеры выделяются с учетом даты направления (подачи) заявления на получения ваучера.

Ваучер могут использовать только те лица, на кого он выдан (оформлен). Предоставление услуг через посредника запрещается.

В случае, если стоимость услуг превышает 5000 дин., пользователь оплачивает разницу за свой счет. В случае, если стоимость услуг ниже 5000 дин., разница пользователю не возвращается.

По завершению оказания услуг ваучер подписывается исполнителем и пользователем услуг и заверяется печатью исполнителя в целях подтверждения факта предоставления и использования услуг. С целью дальнейшего возмещения средств к ваучеру прилагается оригинал счета (копия выдается пользователю), в котором указывается полный объем предоставленных услуг. Исполнитель услуг должен ежемесячно передавать в Министерство документы для получения средств. По неверно оформленным документам возмещение средств не производится.

В настоящий момент программа по предоставлению ваучеров продлена до 20 ноября 2016 г.

Кроме того, в рамках реализации Стратегии в Сербии в целях продвижения

туристического продукта проводятся различные мероприятия, в том числе спортивно-развлекательные (например, популярный в настоящее время Международный марафон, проходящий в различных европейских городах). Весьма развит сельский и этнотуризм с проведением национальных праздников, днями сбора урожая, различными музыкальными, театральными, литературными, художественными и кинофестивалями.

Площадками для продвижения сербского туристического продукта в 2016 году стали такие выставочные мероприятия, как: 38-я Международная выставка туризма в Белграде, Интурмаркет (Москва), Экспо Россия-Сербия.

Международная выставка туризма в Белграде является важным событием в туриндустрии Юго-Восточной Европы, определяющим вектор развития отрасли, и высоко оценивается международным сообществом.

Финляндия

Информация Минэкономразвития России

В Финляндии отсутствуют отдельные нормативные правовые акты, регулирующие развитие внутреннего туризма. Основными национальными нормативными правовыми актами, регулирующими отношения, связанные с туризмом, в Финляндии являются:

Закон о комплексных туристических путевках (1079/1994);

Закон о компаниях в сфере продажи комплексных туристических путевок (939/2008);

Постановление о туристической информации (1085/1994);

Общие условия предоставления комплексных туристических путевок, согласованные Ведомством по конкуренции и защите прав потребителей Финляндии и Ассоциацией финских туристических агентов.

Закон о комплексных туристических путевках (1079/1994) регулирует торговлю туристическими путевками и заключение контрактов, связанных с ними.

В соответствии с Законом под комплексной туристической путевкой понимается оказание заранее подготовленного комплекса туристических услуг, предлагаемого по общей цене и включающего транспортные услуги и/или услуги по проживанию и другие значимые для путевки туристические услуги. При этом продолжительность поездки по путевке должна составлять не менее 24 часов или включать ночевку. Закон о компаниях в сфере продажи комплексных туристических путевок (939/2008) содержит положения о регистрации предпринимателя в качестве туристической компании, обеспечении покрытия на случай несостоятельности турфирмы и осуществлении контроля за деятельностью турфирм.

Министерство занятости и экономики является ответственным за общее развитие туризма, определение приоритетов политики в сфере туризма, координацию мер поддержки и подготовку нормативной правовой базы в этой сфере.

Министерством занятости и экономики была подготовлена Стратегия развития туризма на период до 2020 года (далее – Стратегия). В ней определены основные цели развития, перечислены меры для достижения этих целей и описаны шаги, необходимые для отслеживания эффективности реализуемых мер. Стратегия туризма Финляндии до 2020 г. является второй последовательной национальной стратегией туризма, заменяющей прежнюю, составленную в 2006 г. Ведущий принцип указанной Стратегии предполагает придание нового импульса признанным сильным сторонам туризма Финляндии. Они включают в себя уникальное

расположение рядом с Россией, привлекательные зоны отдыха/туризма (например, Хельсинки, архипелаг Турку, финский Лейкленд и Лапландия, в том числе Куусамо), а также разнообразные услуги, предлагаемые туристскими предприятиями. В Стратегии цели и меры разделены на три категории: внутреннее развитие туристического сектора, укрепление имиджа Финляндии как туристической дестинации, а также расширение базы ее общей промышленной политики. Основные цели внутреннего развития в туристском секторе включают укрепление предприятий туризма и сетей, поддерживающих рост и развитие предприятий, а также улучшение инфраструктуры зон отдыха/туризма.

В январе 2015 года начата реализация дорожной карты по развитию и обновлению финского туризма на период 2015–2025 гг. «Вместе достигнем большего». Стратегические цели данной дорожной карты: усиление сотрудничества туристических центров и компаний, связанных с туризмом; развитие конкурентоспособных и разносторонних предложений в сфере туризма; повышение эффективности деятельности в области маркетинга и упрощение приобретения туристических услуг, обеспечение конкурентной среды для туризма, способствующей его развитию и обновлению. Согласно цели дорожной карты к 2025 году Финляндия должна стать самым привлекательным туристическим местом в Северной Европе.

Развитие туризма в Финляндии тесно связано с региональной политикой, которая также входит в компетенцию Министерства занятости и экономики Финляндии. Региональные центры экономики, транспорта и окружающей среды (ELY) предоставляют поддержку туристическим предприятиям на развитие бизнеса, обучение и исследовательскую деятельность, а также оказывают консультационные услуги и рассматривают вопросы, связанные с местной инфраструктурой. Главный государственный специалист по туризму работает в Региональном центре экономики, транспорта и окружающей среды Лапландии.

Региональные муниципальные объединения оказывают поддержку на проекты развития туризма, общий маркетинг, консалтинговые услуги, обучение и исследования.

В Финляндии туристические компании могут воспользоваться займами, гарантиями и гарантиями по экспортным кредитам, предоставляемым Агентством экспортного финансирования «Финнвера».

С 1 января 2015 года функции Финского центра по развитию туризма переданы Ассоциации по содействию финскому экспорту «Финпро». Подразделение «Финпро» Visit Finland, являясь экспертным агентством и оператором по туризму, отвечает за повышение привлекательности Финляндии как туристического направления на международном уровне.

В распоряжении Visit Finland находятся база данных по туристическому рынку, которая доступна туристическим компаниям. Финский центр по развитию туризма одним из первых начал использовать информационные технологии в работе национальной туристской организации. Он осуществлял стратегическое сотрудничество с представителями туристской индустрии и другими заинтересованными группами, общая цель которых направлена на максимальное присутствие и влияние страны на международном рынке. Важнейшим инструментом для достижения этой цели стали электронные информационные и коммуникационные технологии.

В Финляндии создана Рабочая группа «MiniMatka Working Group», в которую входят представители от разных министерств и в рамках которой происходит обмен информацией на уровне министерств. Группа проводит заседания несколько раз в год и способствует реализации Стратегии по туризму.

Информация МИД России

В Финляндии отсутствуют законодательство, регулирующее внутренний туризм, а также единая государственная политика на этом направлении. Задача развития и стимулирования такого вида туризма возложена на городские и региональные власти, а также на бизнес-сообщество.

Франция**Информация Минэкономразвития России**

Нормативное правовое регулирование отношений в области туризма во Французской Республике осуществляется в соответствии с нормами Кодекса туризма (Code du tourisme) (далее – Кодекс).

Функции по выработке государственной политики в сфере туризма осуществляет Генеральная дирекция по предпринимательству (Direction générale des entreprises, DGE), которая находится в ведении Министерства экономики, промышленности и цифровых технологий.

Социальная политика в сфере туризма осуществляется при участии Национального агентства отпускных чеков (L'Agence nationale pour les chèques-vacances), созданного в 1982 году. Основными функциями Агентства является разработка программ социального назначения, в частности, для пожилых людей, инвалидов, неполных семей, а также выпуск и продажа отпускных чеков.

Законом от 22 июля 2009 г. № 2009-888 о развитии и модернизации туристских услуг образовано Агентство по туристскому развитию Франции (l'Agence de développement touristique de la France, Atout France), основной деятельностью которого является продвижение политики конкурентоспособности и качества в туристском секторе.

Коллегиальным консультативным органом государства и заинтересованных сторон в сфере туризма выступает Национальный совет по туризму (Le conseil national du tourisme).

Общие для всей туристической деятельности полномочия государственных региональных и местных органов власти в области ее организации и развития определены Книгой I Кодекса.

Согласно статье L111-1 Кодекса государство, регионы, департаменты и коммуны наделены полномочиями в области развития туризма и осуществляют их совместно на согласованной основе.

Местные органы власти проводят национальную политику в области туризма на местах и действуют в рамках своей компетенции на согласованной основе.

В соответствии со статьей L121-1 Кодекса государство определяет и реализует национальную политику в области туризма посредством:

определения порядка лицензирования и классификации оборудования, организации туристической деятельности;

определения и реализации направлений деятельности в области развития национального туризма в сотрудничестве с местными органами власти и заинтересованными участниками;

установления правил и принципов международного сотрудничества в области туризма и обеспечения их осуществления, в частности, в компетентных международных организациях.

Государство содействует согласованию государственных и частных инициатив в области туризма, а также реализации планов развития туризма, вырабатываемых местными органами власти.

Региональный уровень.

В рамках своих полномочий в области планирования регион определяет среднесрочные перспективы развития регионального туризма.

Региональная схема развития туризма и отдыха устанавливает порядок и условия реализации целей, определенных региональным планом, в том числе в области финансирования.

Соглашения между местными органами власти определяют, с одной стороны, действия, способствующие реализации целей, определенных региональным планом, с другой – условия реализации региональной схемы развития туризма.

К полномочиям регионального совета относится сбор, обработка и распространение данных о туристической деятельности региона. Региональный совет координирует государственные и частные инициативы в области развития, продвижения и информативной составляющей туризма в регионе.

Региональный комитет по туризму создается в каждом регионе.

Статус, принципы организации и состав регионального комитета по туризму определяет региональный совет. В региональный комитет входят представители регионального совета, один или несколько представителей от каждого генерального совета, а также представители: консульских учреждений; департаментских комитетов по туризму; туристических офисов и профсоюзов; профессионального сообщества в области туризма и отдыха, курортного дела; ассоциаций в области туризма и отдыха; туристических территорий или их объединений и туристических курортов.

Продвижение на внешние рынки координируется региональным комитетом по туризму и департаментским комитетом по туризму.

Региональный комитет по требованию регионального совета разрабатывает региональную схему развития туризма и отдыха, которая после консультаций с региональным комитетом по экономике и социальному развитию, департаментскими комитетами по туризму и заинтересованными участниками, подлежит утверждению региональным советом.

К материальным ресурсам регионального комитета по туризму относятся, в том числе: субсидии и взносы любого рода от государства, регионов, департаментов, коммун и их объединений; финансовое участие иных заинтересованных органов, а также частных лиц; налоги и сборы за оказанные услуги; пожертвования и завещания.

Региональный комитет по туризму ежегодно представляет годовой финансовый отчет на рассмотрение региональному совету.

Уровень департамента.

В каждом департаменте генеральный совет утверждает департаментскую схему развития туризма и отдыха. Схема учитывает основные направления региональной схемы развития туризма.

Политику в области туризма департамента реализует департаментский комитет по туризму, создаваемый по инициативе генерального совета.

Генеральный совет определяет статус, принципы организации и состав департаментского комитета по туризму. В департаментский комитет входят представители генерального совета, а также представители: консульских учреждений и, при необходимости, комитетов экономического развития; туристических офисов и профсоюзов; профессионального сообщества в области туризма и отдыха, курортного дела; ассоциаций в области туризма и отдыха; туристических территорий или их объединений и туристических курортов; регионального комитета по туризму.

К материальным ресурсам департаментского комитета по туризму относятся,

в том числе: субсидии и взносы любого рода от государства, регионов, департаментов, коммун и их объединений; финансовое участие иных заинтересованных органов, а также частных лиц; налоги и сборы за оказанные услуги; пожертвования и завещания.

Департаментский комитет по туризму ежегодно представляет годовой финансовый отчет на рассмотрение генеральному совету.

Уровень коммуны.

Коммуна по решению муниципального совета может учредить орган, ответственный за развитие туризма, именуемый «туристический офис».

Правовой статус и порядок функционирования туристического офиса определяются муниципальным советом.

Туристический офис создается в форме государственного учреждения промышленного и коммерческого характера.

Туристический офис обеспечивает прием и информирование туристов, а также развитие туризма на муниципальном уровне (на уровне коммуны) по согласованию с департаментским комитетом и региональным комитетом по туризму.

К полномочиям туристического офиса относится координация деятельности различных участников в области развития туризма на локальном уровне.

Туристический офис представляет свой годовой финансовый отчет муниципальному совету.

Туристический офис может создавать одно или несколько бюро постоянного или временного характера, ответственных, в частности, за туристическую информацию.

Исходя из содержания положений Кодекса основным инструментом социального туризма во Франции является система отпускных чеков (*chèques-vacances*).

Полномочиями по управлению системой и эмиссией отпускных чеков наделено Национальное агентство отпускных чеков (*l'Agence nationale pour les chèques-vacances*) (далее – Агентство). Агентство в целях обеспечения содействия общедоступности отпусков и досуга заключает соглашения с профсоюзами и органами социального обеспечения, которые приобретают отпускные чеки в качестве платежного средства.

Отпускные чеки представляют собой платежный документ, обеспечивающий выплаты, связанные с досугом и отпуском (проживание, питание, путешествия и транспорт, культурные мероприятия и т.д.), проводимыми как на территории Франции, так и на территории государств-членов Европейского союза. Чеки выпускаются в форме чековой книжки с номиналом в 10, 20, 25 и 50 евро или в форме электронного отпускного чека (*e-chèque-vacances*) с номиналом в 60 евро, который может быть использован исключительно при оплате через Интернет.

Срок действия отпускных чеков составляет 2 года.

Данное социальное направление не является обязательным для работодателей. Однако в соответствии с положениями Кодекса при приобретении и реализации отпускных чеков работодатель получает соответствующие льготы, в том числе налоговые.

Целевой группой системы отпускных чеков являются работники частного сектора, служащие государственного сектора, а также находящиеся у них на иждивении члены семей.

Размер участия работников зависит от размера заработной платы и количества членов семьи:

если средняя заработная плата не превышает 3218 евро в месяц, размер участия составляет минимум 20%;

если средняя заработная плата составляет более 3218 евро, размер участия составляет минимум 50%.

Данная ставка может быть снижена до 15%: 5% на одного ребенка; 10% при ребенке-инвалиде.

Средний размер отпускных чеков на одно лицо составляет 350 евро в год.

Отпускные чеки принимаются к оплате лицами, оказывающими туристические услуги, и заключившими контракт с Агентством, которых в настоящее время насчитывается около 170 000.

На сайте Агентства размещен интернет сервис, с помощью которого можно ознакомиться со всеми возможными направлениями реализации отпускных чеков.

Механизм финансирования служащих государственного сектора в целом совпадает с механизмом финансирования категории работников частного сектора.

Между тем размер участия служащих государственного сектора зависит от возрастного ценза:

для лиц, не достигших 30 лет, размер участия может составлять до 65%;

для лиц старше 30 лет – до 90%.

Излишек неиспользованных отпускных чеков направляется Агентством на поддержку наиболее уязвимых групп населения путем их передачи благотворительным организациям, иным ассоциациям и партнерам на местном региональном уровне.

С 2007 года Агентство реализует программу поддержки пенсионеров в организации отдыха/путешествий (Seniors en Vacances). На сайте Агентства размещен каталог основных направлений отдыха для пенсионеров на 2016 год.

В целях стимулирования развития туризма для лиц с ограниченными возможностями в 2003 году Национальным институтом интеллектуальной собственности (l'Institut national de la propriété intellectuelle) был зарегистрирован государственный знак качества «Туризм для людей с ограниченными возможностями» (La marque d'Etat Tourisme & Handicap), который призван обеспечивать предоставление объективной информации о доступности туристических услуг и оборудования для лиц с ограниченными возможностями на территории Франции. Знак объединяет учреждения, в которых качество сервиса лучше всего удовлетворяет клиентов.

Знак может быть присвоен профессионалам туристической сферы (отелям, ресторанам, достопримечательностям и местам досуга) на добровольной основе.

В целях присвоения знака учреждение подает заявку и заполняет специальную анкету, где оценивается степень доступности посещения для людей с ограниченными возможностями.

Затем проводится независимая оценка, контроль деятельности и берется на учет все специальное оборудование.

Далее региональные службы изучают отчет на соответствие законодательству и общепринятым нормам.

Знак присваивается Ассоциацией «Туризм для людей с ограниченными возможностями» (L'Association Tourisme et Handicaps) на пять лет и может быть продлен после прохождения контроля на соответствие определенным требованиям.

Одним из методов стимулирования развития внутреннего туризма во Французской Республике является развитие и охрана курортов и туристических территорий.

Территории, которые реализуют политику в области туристической деятельности и предоставляют возможность размещения людей, не являющихся резидентами Франции (туристов), а также территории, которые получают при осуществлении туристической деятельности дополнительные или особые дотации,

могут получить статус «туристической территории» («туристической коммуны») (la commune touristique).

Статей R133-32 Кодекса определены условия, при выполнении которых территории (коммуны) может быть присвоен туристический статус. В частности, на такой территории должен быть создан зарегистрированный туристический офис; должны быть организованы туристические мероприятия в туристический период; должно быть создано достаточное количество мест для размещения туристов.

Статус «туристической коммуны» присваивается соответствующей территории на 5 лет приказом префектуры.

В настоящее время курорты Франции имеют единый статус «туристического курорта» (la station classée de tourisme) и не подлежат классификации на морские курорты (les stations balnéaires), туристические курорты (les stations de tourisme), зимние спортивные курорты (les stations de sports d'hiver et d'alpinisme), курорты с термальными источниками (les stations thermales) и климатические курорты (les stations climatiques).

Статус «курорта» может быть присвоен исключительно территории, уже наделенной статусом «туристической коммуны».

При этом статус «туристического курорта» может быть присвоен только тем туристическим коммуна и их отдельным территориям, которые проводят активную политику по приему туристов, распространению информации о туристической деятельности региона и стимулированию туристической деятельности, направленную, с одной стороны, на обеспечение посещаемости их территорий, с другой – на подчеркивание исключительности их природных ресурсов, культурного наследия, или которые активно продвигают культурные мероприятия и физическую и спортивную деятельность в своем регионе.

Статья R133-37 Кодекса предусматривает, что для получения статуса «туристического курорта» туристические коммуны или их отдельные территории должны: организовать возможность размещения туристов в природных условиях; разработать культурную программу или создать условия для занятия спортом; осуществлять профессиональную деятельность традиционного, исторического, гастрономического или регионального характера; создать коммерческую инфраструктуру, а также учреждения здравоохранения; обеспечить наличие локального плана застройки территории, плана создания зон оздоровления; организовать распространение туристической информации на нескольких языках.

Статус «туристический курорт» присваивается туристической коммуны на 12 лет декретом Французской Республики.

Кодекс не предусматривает особенностей режима хозяйствования, проживания, природопользования, а также государственной поддержки развития территории, имеющей статус «туристической коммуны».

Преимуществом получения данного статуса является, как отмечалось, возможность получения данной территорией статуса «туристический курорт».

При этом законодательством Французской Республики предусмотрено, что территории, получившие статус «туристического курорта» получают возможность:

создания казино в порядке, установленном Законом от 15 июня 1907 г. о казино;

увеличения вознаграждения выборных должностных лиц муниципальных органов в соответствии со статьей L2123-22 Генерального кодекса административно-территориальных образований;

взимания дополнительной платы к регистрационному сбору (для «туристического курорта» с населением менее 5 000 жителей) в размере 1,2% в соответствии со статьей 1584 Генерального налогового кодекса (Code général des

impôts);

увеличения окладов муниципальных служащих в соответствии со статьей L133-19 Кодекса туризма;

взимания налога на проживание (гостиничный сбор) в соответствии со статьей L 2333-26 Генерального кодекса административно-территориальных образований.

Стимулирование развития внутреннего туризма во Франции обеспечивается нормативным правовым регулированием отношений в области благоустройства и поддержания экологических нормативов туристических территорий.

Информация МИД России

Туризм – одна из важнейших отраслей экономики Франции (его доля в ВВП страны составляет порядка 7%). Французское руководство уделяет первостепенное внимание комплексной модернизации и совершенствованию инфраструктуры данной отрасли, увеличению количества не только зарубежных, но и так называемых «внутренних» туристов. Национальный или, как говорят французы, «домашний» туризм способствует экономическому развитию территорий, привлечению дополнительных доходов в бюджет страны (87,9% всех туристических поездок французов в 2014 г. пришлось на внутренние направления).

Законодательной базой в сфере регулирования туристической деятельности является Кодекс по туризму (принят в 2006 г.). Существенный вклад в реформирование и повышение конкурентоспособности национальной туриндустрии внесло принятие Закона «О развитии и модернизации туристических услуг» от 22 июля 2009 г. № 2009-888, дополненного затем рядом профильных постановлений Правительства. В результате слияния нескольких отраслевых организаций было создано единое Государственное агентство по развитию туризма во Франции «ATOOUT FRANCE», которое помимо продвижения страны на мировом рынке осуществляет меры по поддержке и стимулированию внутреннего туризма (упрощение административных процедур для ведения туристического бизнеса, повышение качества предоставления услуг, продвижение инновационных технологий и т.д.).

В частности, законодательно были установлены новые правила лицензирования для национальных туроператоров. Громоздкая четырехступенчатая система была значительно упрощена (отныне обязательными являются лишь наличие у туроператора документов, подтверждающих финансовые гарантии, страхование профессиональной ответственности и профессиональную компетентность). Был сформирован государственный реестр арендодателей автомобилей и упрощен правовой режим для регистрации легковых автомобилей и мотоциклов, осуществляющих туристические перевозки.

Введена и регулярно обновляется классификация туристических объектов для проживания (гостиницы, гостевые резиденции и дома, дачные поселки, кемпинги и т.д.). «ATOOUT FRANCE» разрабатывает и утверждает порядок их ранжирования по категориям (от одной до пяти звезд), а специальный уполномоченный орган – аккредитационный комитет Франции – отвечает за выдачу лицензии и следит за соответствием вышеуказанных объектов необходимым критериям.

Закон «Об упрощении и сокращении административных процедур» от 22 марта 2012 г. № 2012-387 дополнил действующие положения в части классификации объектов проживания и наделил департаменты более широкими полномочиями для проведения собственных рейтинговых оценок исходя из особенностей каждого территориального образования. Также в законе было закреплено введение такой категории, как промышленный и деловой туризм, который, по мнению его разработчиков, обладает высоким потенциалом для развития территорий.

Государство всячески поощряет проекты региональных властей по развитию туристической инфраструктуры, рассчитанные на привлечение внутренних и иностранных туристов. В заключаемых сроком на 7 лет между центром и регионами договорах прописываются основные направления деятельности на предстоящий период и объемы паритетного финансирования.

Именно по такой схеме в 1960-х гг. французским Правительством были разработаны крупномасштабные программы развития «нетуристических» территорий регионов Лангедок-Руссийон и Аквитания, которые наряду с проектами по улучшению качества автодорог привели к значительному росту числа туристов.

Особое внимание во Франции уделяется обеспечению общедоступности туристического отдыха и досуга внутри страны для малообеспеченных и социально уязвимых слоев населения (дети-воспитанники интернатов, молодежь в возрасте от 18 до 25 лет, семьи с низким уровнем дохода, инвалиды и лица с тяжелыми заболеваниями, одинокие и пожилые люди). Главным механизмом государственного регулирования социального туризма является система отпускных чеков (введена во Франции постановлением Правительства от 26 марта 1982 г. № 82-283), оператором которой является государственное «Национальное агентство отпускных чеков» (ANCV). В 2014 г. отпускными чеками воспользовалось более 4 млн. французов. Их общая эмиссия составила 1,5 млрд. евро.

Партнерами ANCV являются около 20 тыс. профсоюзов предприятий, социальных организаций и отделений органов соцобеспечения, которые в рамках заключенных с ним соглашений приобретают отпускные чеки и определяют уровень участия сторон в их оплате. Средства, которые предприятия направляют на закупку чеков, не облагаются налогом на прибыль.

На основании контракта с агентством 170 тыс. французских предприятий в сфере отдыха и туризма принимают их в качестве платежного средства для оплаты проживания, питания, расходов на транспортные услуги, культурные, досуговые и спортивные мероприятия.

Неиспользованные отпускные чеки могут направляться агентством на социальные программы или передаваться благотворительным ассоциациям. Помимо этого, ANCV финансирует определенные категории объектов социального туризма (прежде всего, гостевые дома и кемпинги), рассчитанные на прием малообеспеченных граждан.

Ориентированность системы отпускных чеков, главным образом, на национального потребителя, охват широких целевых групп и экономическая выгода для всех участников делают ее эффективным механизмом развития туристической активности во Франции.

Чехия

Информация Минэкономразвития России

Чешский закон «О некоторых условиях предпринимательской деятельности в сфере туризма» регулирует вопросы, связанные с туристическим бизнесом, и не затрагивает моменты, касающиеся стимулирования развития внутреннего туризма, в том числе социального.

При этом ранее в Чехии рассматривался вопрос об имплементации закона о туризме. Однако в июне 2015 года Министр регионального развития Чешской Республики Карла Шлехтова приняла решение о том, что нового нормативного акта не будет.

Вместе с тем на уровне Министерства регионального развития Республики

разработана «Национальная программа поддержки туризма» (на 2010–2016 годы, продленная до 2017 года), финансируемая из госбюджета. Основная стратегия документа – сделать туризм доступным для всех. Объем средств, выделенных на реализацию программы в 2015 году, составил 100 млн. крон.

В перечень основных задач данной программы входит:

привлечение к туризму тех целевых групп, для которых участие в этой сфере жизнедеятельности затруднительно;

обеспечение вспомогательным оборудованием для инвалидов туристических мест;

поддержка внутреннего туризма;

развитие социального туризма;

оптимизация инфраструктуры туризма (например, улучшение оснащенности пеших велосипедных трасс, научных троп, строительство и обустройство мест для отдыха туристов, туалетов для людей с ограниченными возможностями, парковок для велосипедов и т.д.);

создание новой линейки туристских продуктов (услуг);

снижение сезонности туризма.

Целевой спектр программы охватывает такие параметры, как сохранение занятости в сфере туризма, создание экономических условий для поддержки внутреннего туризма, увеличение доли туризма в регионах.

В период с 2010 по 2015 годы было поддержано 254 проекта. Совокупный объем финансирования составил 354,9 млн. крон. Запланированная сумма на 2016 год – 70 млн. крон.

Принцип предоставления дотаций:

получатели финансовой помощи – населенные пункты и предпринимательские субъекты (с опытом работы в данной сфере минимум два года; кроме того, бухгалтерский баланс за последние два отчетных периода должен иметь положительное итоговое сальдо);

максимальный порог дотаций – до 50% от общих признанных (подтвержденных) расходов, остаток покрывается получателем финансовой помощи;

расходы на маркетинг должны составлять минимум 5% и максимум 10% от общей суммы признанных (подтвержденных) расходов;

поддержка предоставляется в режиме de minimis (с пороговым уровнем финансирования).

Приоритетные целевые группы программы: дети и молодежь; семьи с детьми, имеющие низкий доход; инвалиды; пенсионеры.

Области поддержки:

1. Реконструкция, строительство центров услуг для туристов, а также создание чистой атмосферы для пеших туристов, велосипедистов, туристов-инвалидов вдоль трасс.

2. Обеспечение доступа к туристическим объектам (только экологически чистый транспорт).

3. Имплементация навигационной и информационной системы для инвалидов, страдающих сенсорной патологией (органов восприятия).

4. Система парковки велосипедов и хранения багажа (парковочные дома, башни для велосипедов).

Сумма общих расходов у областей 1–3 может составлять от 250 тыс. крон до 5 млн. крон, у области № 4 – 10 млн. крон.

Информация МИД России

Правоотношения в туристической области в Чешской Республике регулируются Законом «О некоторых условиях предпринимательской деятельности в сфере туризма» № 159/1999, который, однако, не содержит положений, связанных со стимулированием развития внутреннего туризма, включая его социальную составляющую.

Данная проблематика решается на ведомственном уровне. В частности, Министерством регионального развития Чехии разработана и реализуется «Национальная программа поддержки туризма на 2010–2016 гг.».

Целями программы являются: увеличение доли туризма в доходах регионов, создание условий для поддержки внутреннего туризма, подготовка новых туристических продуктов, вовлечение в эту сферу дополнительных целевых групп, снижение фактора сезонности, формирование условий для развития инфраструктуры (в т.ч. для инвалидов) и доступности достопримечательностей. При этом участие государства в финансировании единичных проектов не должно превышать 50% их общей стоимости.

Швейцария

Информация Минэкономразвития России

В Швейцарии выработано три основных направления поддержки развития туризма: 1) поддержка инноваций и сотрудничества в туристической индустрии (программа InnoTour); 2) поддержка маркетинга туристических услуг через федеральное ведомство по туризму, подведомственное Государственному секретариату по экономике; 3) предоставление заемных средств предприятиям отельного бизнеса через Швейцарское общество отельных кредитов.

Правовой основой стимулирования развития внутреннего туризма в Швейцарии является Федеральный закон от 30 сентября 2011 г. SR 935.22 «О поддержке инноваций, сотрудничества и накопления знаний в области туризма» и соответствующее постановление к данному закону. Согласно указанному закону Федеральный совет (Правительство) Швейцарии может направлять финансовые средства в рамках согласованных с парламентом Швейцарии объемов на цели поддержки инноваций, сотрудничества и накопления знаний в области туризма (программа InnoTour). Поддержка может быть оказана региональным проектам, направленным на:

- развитие новых туристических продуктов и каналов сбыта;
- повышение качества предоставляемых услуг;
- развитие организационной структуры, позволяющей повысить эффективность;
- улучшение условий обучения и повышения квалификации.

На финансирование программы InnoTour в 2016–2019 гг. парламентом Швейцарии одобрено 30 млн. шв. фр.

Выбор проектов, которым может быть оказана поддержка, осуществляется в соответствии с определенными критериями. В частности, проект должен иметь федеральное значение, способствовать укреплению конкурентоспособности швейцарской туристической индустрии и повышению значимости Швейцарии как туристического направления в целом, а также обеспечивать создание новых рабочих мест и соответствовать принципам устойчивого развития.

Инициатор проекта должен обеспечить финансирование как минимум 50% инвестиций. Следует отметить, что программа InnoTour не предусматривает субсидирование отдельных предприятий. Она направлена на поддержку совместных

проектов, подготовленных, как правило, рядом организаций и предприятий, и ориентирована на укрепление кооперации в целях повышения уровня эффективности в швейцарской туристической индустрии.

С момента вступления в силу в 2012 г. Федерального закона «О поддержке инноваций, сотрудничества и накопления знаний в области туризма» в рамках программы InnoTour реализован целый ряд проектов, часть которых направлена на поддержку развития туризма для детей, молодежи, пенсионеров.

Так, например, Швейцарская ассоциация зимних видов спорта (Swiss Snowsports) объединила усилия в рамках программы InnoTour по развитию деятельности детских зимних спортивных школ и подготовке методических и дидактических стандартов в области детского спортивного образования. Данные мероприятия вносят вклад в развитие зимнего спортивного туризма для семей, так как позволяют совместить зимние путешествия с приобретением навыков в области зимнего спорта.

В рамках иного проекта швейцарский «Союз зимних спортивных инициатив» (Schneesportinitiative Schweiz) организовал работу по развитию молодежного зимнего спорта, наладив сотрудничество, направленное на создание специальной платформы, в рамках которой предлагаются разнообразные ориентированные на юношеский зимний спорт туристические продукты для школ.

Ассоциация подвесных канатных дорог (Seilbahnen Schweiz) стала организатором проекта, в рамках которого осуществляется развитие детских зимних спортивных лагерей в горных регионах Швейцарии.

Программа «Агротуризм», также сформированная в рамках проекта InnoTour и инициированная Швейцарской ассоциацией агротуризма, направлена на выявление и использование туристических возможностей в сельскохозяйственных регионах Швейцарии. Программа ориентирована на широкий круг потребителей, включая семьи с детьми и молодежь.

Так, например, название туристического продукта «Каникулы на ферме» говорит само за себя. Такая форма семейного отдыха, с одной стороны, является бюджетной, с другой – весьма познавательна для детей, поскольку для них организуются различные занятия и программы по изучению природы и животных.

Основная задача государственных усилий, финансируемых из федерального бюджета, в рамках программы «Агротуризм» заключается в координации работы отдельных участников проекта и обеспечении маркетинга данного специфического туристического продукта.

В рамках данного проекта также предлагается оригинальный туристический продукт для молодежи «Переночуй в соломе» («Schlaf im Stroh»). По сути это возможность организовать свою ночевку за предельно небольшую сумму в простых, но при этом весьма оригинальных условиях фермерского дома. Данный бюджетный продукт может быть востребован, например, студентами, отправляющимися в летние пешеходные или велосипедные походы.

Задачи, поставленные в рамках финансируемого государством проекта, заключались в необходимости организации и маркетинга данного туристического продукта: выявлении мест, где такое проживание можно организовать, координации работы участников проекта, запуске соответствующих Интернет-сайтов, рекламе, информационной поддержке, например, обозначении на швейцарской электронной карте пешеходных и велосипедных маршрутов. Данную карту можно бесплатно скачать в Интернете в виде приложения на мобильное устройство. Данное приложение, созданное при поддержке федерального ведомства по туризму Швейцарии, является весьма интересным инструментом для путешественника, поскольку содержит сведения о достопримечательностях на маршрутах (с

соответствующими ссылками в сеть Интернет), а также информацию об отелях, точках общественного питания, пунктах проката, велосипедных ремонтных мастерских и др.

Следует отметить, что данная карта также содержит прогулочные маршруты, приспособленные для самостоятельного беспрепятственного передвижения лиц в инвалидных колясках. В рамках государственных проектов организована не только информационная поддержка, но и непосредственное устройство таких маршрутов.

В качестве примера успешной поддержки развития внутреннего туризма можно также привести программу «Услуги для отдыхающих», запущенную в регионе Энгельберг-Титлис и ориентированную преимущественно на семьи, отдыхающие в летних съемных квартирах. На виртуальной стойке информации в сети Интернет отдыхающие могут ознакомиться со множеством туристических маршрутов и экскурсий различной продолжительности, а также сразу забронировать выбранные варианты. При желании туристы могут ежедневно получать информацию на свои мобильные устройства с предложениями о туристических развлечениях на текущий день с учетом заданных критериев выбора и погодных условий. Данный проект позволяет внести разнообразие в программу отдыха и организовать его с наименьшими затратами и организационными сложностями. Участники рынка со стороны предложения, в свою очередь, получают преимущества от возросшего спроса благодаря увеличению осведомленности потребителей о предлагаемых услугах. Ведомство по туризму региона Энгельберг-Титлис при этом следит за качеством работы данной информационной системы.

В рамках программы InnoTour также реализован специальный проект, ориентированный на лиц, которым в течение продолжительного времени необходимо амбулаторное лечение и для которых, по этой причине, возможности путешествий ограничены. Фонд «Claire & George Stiftung» организует работу по совмещению амбулаторных и отельных услуг, предлагая туристические направления/отели, где пациент может получить многие необходимые ему медицинские услуги прямо на месте отдыха. Сервис по консультированию пациентов, бронированию и аренде оборудования является бесплатным.

Основная организационная работа по данному проекту, финансируемая за счет средств программы InnoTour, заключалась в соответствующем оборудовании и оснащении отелей, а также найме медицинского персонала. В настоящее время в программе фонда «Claire & George Stiftung» участвуют 40 швейцарских отелей.

Помимо программы InnoTour поддержка туристической индустрии в Швейцарии осуществляется путем предоставления кредитов компаниям, работающим в отельном бизнесе. Согласно Федеральному закону от 20 июня 2003 г. SR 935.12 «О поддержке отельного бизнеса» создано Швейцарское общество отельных кредитов (Schweizerische Gesellschaft für Hotellkredit, SGH). Основной задачей при принятии указанного закона являлось укрепление конкурентоспособности и инновационности отельного бизнеса в Швейцарии с учетом международных стандартов и принципов устойчивого развития. В рамках данных задач на федеральном уровне обеспечивается предоставление льготных кредитов тем предприятиям, которые в условиях нормального уровня доходов не обладают достаточным для развития уровнем собственного капитала. В соответствии с нормами закона «О поддержке отельного бизнеса» задача Швейцарского общества отельных кредитов состоит в укреплении структуры капитала таких предприятий для обеспечения их стабильного функционирования на рынке.

Швейцарское общество отельных кредитов является товариществом публичного права и финансируется за счет беспроцентных федеральных займов и собственного капитала.

Большинство туристических и транспортных услуг в Швейцарии характеризуются высокой стоимостью, но при этом следует констатировать наличие высококачественной организации и эффективных государственных проектов в данной области. Для швейцарской туристической индустрии характерно эффективное использование природных и климатических условий и особенностей, безопасность и надежность, наличие полной информации о туристических возможностях, широкий охват транспортной сети и эффективно скоординированные транспортные развязки.

Информация МИД России

В Швейцарии как на федеральном, так и на кантональном и общинном уровнях отсутствует законодательное регулирование стимулирования развития внутреннего туризма, включая социальный. Власти исходят из того, что его продвижение должно осуществляться за счет общей стратегии по увеличению международной туристической привлекательности Конфедерации путем улучшения рамочных условий и инфраструктуры, расширения предложения и проведения, по мере возможности, привлекательной ценовой политики. Соответствующий документ был утвержден Федеральным советом (Правительством) в 2010 г. и реализуется на основании трехлетних планов действий. Вместе с тем, за рамками данной стратегии в качестве отдельных стимулов поощрения внутреннего туризма могут рассматриваться такие меры, как организуемые для учащихся средних школ ежегодные выезды (длительностью 1–2 недели) в зимние и летние лагеря на территории страны, являющиеся, как правило, обязательным элементом школьной программы. Например, однонедельные школьные каникулы в феврале в обиходе так и называются «лыжные каникулы». Подобные выезды являются традиционными для швейцарской системы образования, но регулируются исключительно внутренним распорядком соответствующих учебных заведений.

К способам повышения привлекательности внутреннего туризма, в первую очередь для несовершеннолетних и учащихся, также можно отнести льготные тарифы на проезд на общественном транспорте (включая железнодорожный) для указанных категорий населения. Помимо этого, «Швейцарскими железными дорогами» среди жителей страны через органы местного самоуправления распространяются по льготным расценкам так называемые дневные билеты, дающие право на проезд в течение одного дня практически на всех видах общественного транспорта страны (городской общественный транспорт, электрички и ж/д поезда, водный транспорт). Квота выделения подобных билетов пропорциональна численности населения соответствующей общины. Право приобретения имеет любой зарегистрированный житель общины.

Швеция

Информация Минэкономразвития России

Швеция является социально-ориентированным государством с развитой системой свободы конкуренции и рыночной экономикой, и значительную часть расходов на социальные нужды несет само государство.

Забота о материнстве и детстве, пенсионное обеспечение пожилых лиц и инвалидов, социальная инфраструктура в городах Швеции свидетельствуют о высоком уровне интеграции государственных элементов для обеспечения достойной жизни своих граждан.

В этой связи прямого субсидирования со стороны государства туроператорам, оказывающим услуги малообеспеченным (многодетным семьям, студентам) и

маломобильным группам граждан (инвалиды, пенсионеры, беременные женщины, дети дошкольного возраста) не осуществляется.

На государственном уровне политика в области туризма в Швеции входит в сферу ответственности Министерства промышленности (Näringsdepartamentet). Разработкой предложений в туристическом секторе, а также статистическими данными (наряду с Центральным статистическим бюро Швеции, <http://www.statistikdatabasen.scb.se/>) занимается Государственное управление по содействию экономическому росту (<http://www.tillvaxtverket.se/>). За реализацию национальной политики в области туризма и продвижение шведского туристического продукта за рубежом отвечает государственная компания «Визит Свиден» (VisitSweden, <http://www.visitsweden.com/>), имеющая 13 представительств в мире, в том числе, и в Москве.

Так, Правительством Швеции в 2010 году была принята Национальная стратегия в области индустрии туризма на период 2010–2020 гг., которая ставит своей целью увеличить в два раза оборот в этой области, достигнув к 2020 году оборота в 500 млрд. шв. крон (около 62,5 млрд. долл. США), а количества занятых – до 300 000 человек.

Национальная стратегия предполагает:

строительство отелей и привлечение инвестиций по всей территории Швеции, в первую очередь в регионы Лапландия, Кальмар, Готланд, а не только в регион Стокгольма и иных крупных городов Королевства, таких как Гетеборг и Мальме;

улучшение международной доступности региональных шведских городов посредством увеличения количества прямых международных рейсов из Европы в аэропорты таких городов, как Кальмар, Висбю, Эстерсунд, Вилхелмина и Кируна;

поиск иных туристических продуктов для роста международного туризма и продолжения туристического сезона в регионах высокой сезонной привлекательности.

Наиболее популярными способами отдыха всех групп граждан в Швеции при внутреннем туризме являются размещение в отелях, загородных базах отдыха, молодежных хостелах, местах для кемпинга и использование сдаваемых во временную аренду частных загородных домов и квартир.

Одной из форм социальной поддержки шведским государством маломобильных групп граждан является обеспечение для них доступности туристической сферы (Accessible Tourism).

Многие отели предоставляют специально оборудованные комнаты для маломобильных граждан, а некоторые отели также обеспечивают техническую помощь таким группам граждан, к примеру, для участия в конных прогулках или использовании бассейна (<http://www.visitsweden.com/sweden/Sweden-Facts/How-you-do-things-in-Sweden/Disabled-travellers/>).

Некоммерческая организация «Туризм для всех» (<http://www.turismforalla.se/>), главной целью которой является развитие доступного туризма для всех групп граждан Швеции, выступает связующим звеном между обществом и туристическим бизнесом.

Шведская организация «Туризм для всех» так же является национальным координатором некоммерческой ассоциации «Европейская сеть доступного туризма» (European Network for Accessible Tourism – <http://www.accessibletourism.org>), которая создана с целью обеспечить доступ для всех групп туристов к европейским туристическим направлениям, продуктам и услугам, способствовать развитию доступного туризма по всему миру.

Другим способом сделать сферу туризма в Швеции стабильной и тем самым обеспечить доступ всех групп граждан Швеции к туристическим услугам является

система туристических гарантий, правовой основой которой является Директива Совета ЕС от 13 июня 1990 г. № 90/314/ЕЕС (англ. Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours), имплементированная в шведское законодательство посредством Закона Швеции о комплексных туристических поездках (англ. Package Tours Act, шв. Lag om paketresor, SFS 1992:1672) и Закона Швеции о туристических гарантиях (англ. Travel Guarantees Act, шв. Resegarantilag, SFS 1972:204).

Туристическая гарантия обеспечивает безусловную выплату клиенту компенсации в случае прерывания или отмены комплексного тура, если это произошло не по его вине. Случаи внезапного банкротства компаний крайне редки в Швеции, поскольку действующее законодательство в экономической сфере позволяет заблаговременно выявить компании, находящиеся в неблагоприятном экономическом положении. Но и в этом случае интересы клиентов защищены благодаря туристической гарантии.

Информация МИД России

Специальное законодательство, направленное на стимулирование развития внутреннего туризма, в том числе социального, в Швеции отсутствует. При этом внутренний туризм является популярным видом отдыха шведского населения. Большая территория, любовь шведов всех возрастов к природе и здоровому образу жизни, длительные отпуска (имеют наибольшую продолжительность в Евросоюзе) объективно способствуют развитию этой отрасли без дополнительного стимулирования со стороны государства. Это подтверждают статистические данные, свидетельствующие о превалировании в стране местных туристов над иностранными – 70% и 30% соответственно.

Кроме того, в Швеции создана разветвленная сеть комплексов для детского и семейного отдыха (лагеря, курорты), а также для пенсионеров и людей с ограниченными возможностями. Доступность такого отдыха в ценовом отношении для данных категорий избавляет государство от необходимости выделять специальные средства.

Свою роль в сфере стимулирования развития внутреннего туризма шведское государство видит в принятии мер, направленных, прежде всего, на повышение физической доступности национальных туристических точек. В частности, в соответствии с Законом «О планировании и строительстве», принятым в 2010 г., управляющим такими объектами рекомендуется предусматривать конкретные особенности, например, специальные сооружения для передвижения инвалидов.

Ряд законов направлен на то, чтобы минимизировать вред от новых технологий для дикой природы и объектов исторического наследия. Среди них – Закон 1998 г. «О культурном наследии», Природоохранный кодекс 1998 г., постановление Правительства 2007 г. «О защите видов», обязывающие владельцев туристических площадок согласовывать свои инженерно-строительные планы с властями.

СТРАНЫ АЗИИ И АФРИКИ

Австралия

Информация Минэкономразвития России

Туризм играет значительную роль в экономике Австралии. В 2014-2015 финансовом году доля туризма в ВВП Австралии составила 2,7%, или 43,4 млрд. австр. долл. (74% – вклад австралийских туристов, 26% – доля иностранных туристов). Согласно исследованиям, в 2014-2015 финансовом году количество туристов в Австралии составило 89,8 млн. человек (83,2 млн. – жители Австралии, 6,6 млн. – иностранцы). При этом число выездных австралийских туристов составило всего 8,2 млн. человек. Данные цифры говорят о развитии внутреннем туризме. Австралийцы предпочитают проводить отдых в своей стране. Ожидается, что благодаря растущему спросу со стороны Индии и Китая число иностранных туристов к 2020 году увеличится до 9 млн. человек.

В Австралии функционируют около 267 тыс. компаний в сфере туризма (13% от общего числа зарегистрированных в Австралии компаний). При этом 95% – это микро или малый бизнес, а также индивидуальные предприниматели.

Одной из форм стимулирования развития туризма является программа грантов «Export Market Development Grants Scheme» (Программа грантов на продвижение австралийских товаров на иностранные рынки), которая регулируется законом Export Market Development Grants Act 1997 (<https://www.comlaw.gov.au/Details/C2015C00226>). В 2014-2015 финансовом году 311 компаний из сферы туризма получили от Правительства Австралии 10,7 млн. австр. долл. в виде грантов, направленных на развитие экспортных рынков. Более 50% полученных грантов были направлены компаниями на рекламу, 29% – на маркетинговые визиты и выставки.

В 2009 году Правительством Австралии разработана долгосрочная стратегия развития туризма «Tourism 2020», главная цель которой – повышение конкурентоспособности и стимулирование роста индустрии туризма.

Благодаря стратегии к 2020 году планируется:

увеличить расходы туристов в Австралии с 70 млрд. австр. долл. (2009-2010 финансовый год) до 115–140 млрд. долл. к 2020 году. В 2015 году данный показатель составил 88 млрд. австр. долл.;

увеличить долю туризма в ВВП Австралии до 3%, или 51 млрд. австр. долл.;

увеличить число мест для проживания туристов;

повысить потенциал авиации (внутренней и международной);

повысить качество и продуктивность индустрии туризма в Австралии.

Для внедрения стратегии Правительство Австралии обязалось выделить 6 млн. долл. в течение 4 лет (начиная с 1 июля 2011 года). Такую же сумму должны выделить правительства штатов и территорий Австралии.

Общие расходы государственных агентств, занимающихся продвижением туризма в Австралии, в 2013-2014 финансовом году составили более 700 млн. австр. долл. (90% из этих средств – бюджетное финансирование).

Ключевым приоритетом является поощрение инвестирования в сферу туризма. Для этого проводятся реформы, позволяющие улучшить инвестиционный климат. Устраняются бюрократические процедуры и другие административные барьеры.

Австралийская Торговая комиссия оказывает содействие инициаторам крупнейших проектов в сфере туризма в оперативном согласовании проектов со

стороны австралийского Правительства.

Была создана единая база данных, в которой содержится информация об инвестиционных возможностях в сфере туризма в крупных городах и региональных центрах.

Индустрия туризма продолжает стремиться к обозначенным в стратегии целям. Австралия подписала ряд международных соглашений о воздушном сообщении. Продолжает привлекать инвесторов в данную отрасль.

В Австралии существует ряд организаций, оказывающих содействие внутреннему туризму.

«Tourism Australia» (<http://www.tourism.australia.com/>) – государственное агентство, отвечающее за привлечение иностранных туристов в Австралию, а также продвижение внутреннего туризма для местных жителей. В 2014-2015 финансовом году бюджет агентства составил 202,8 млн. австр. долл. (из них 129,7 млн. – бюджетное финансирование). За 2014-2015 финансовый год агентством было проведено более 50 кампаний по привлечению туристов в 17 странах. Благодаря компании удалось привлечь 180 партнеров из 25 стран, число иностранных туристов увеличилось на 19% с 2010 года, расходы туристов выросли на 29%. Агентство ведет активную работу в социальных сетях. Офисы агентства расположены в США, Великобритании, Сингапуре, Новой Зеландии, Малайзии, Республике Корея, Японии, Индии, Китае, Франции, Италии, Германии, Канаде, Бразилии.

«Tourism Research Australia» (<http://www.tra.gov.au/>). Государственная организация, проводящая исследования и предоставляющая статистические данные и прогнозы в сфере туризма, которые формируют государственную политику и помогают повысить производительность отрасли.

Правительство Австралии стимулирует развитие туризма посредством предоставления различных программ.

В 2013 году была введена в действие программа «Servicing Chinese Visitors» «Обслуживание китайских гостей», целью которой было повысить количество гидов в Австралии, говорящих на китайском языке. Бюджет программы составил 1,8 млн. австр. долл.

«Tourism Industry Regional Development Fund (TIRF) Grants Programme» – программа предоставляла гранты в размере от 50 до 250 тыс. австр. долл. на улучшение качества достопримечательностей и мест проживания в регионах Австралии, инновационные проекты, привлекающие туристов из Австралии и других стран. 84 компании получили гранты, их общая сумма превышает 16 млн. австр. долл. Программа прекращена в 2013 году.

«T-QUAL Tourism Quality Projects Grants» – программа грантов в размере от 15 до 100 тыс. австр. долл. на поддержку небольших проектов в сфере туризма. 283 проекта получили финансирование в период с 2011 по 2013 гг.

Во многих штатах Австралии существуют программы грантов, способствующие развитию регионального туризма посредством создания новых массовых мероприятий (культурных, спортивных, прочих), которые могут привлечь большое количество туристов.

Некоторые штаты создают региональные фонды развития туристской инфраструктуры. К примеру, размер такого фонда на 2014-2015 финансовый год в штате Новый Южный Уэльс составляет 110 млн. австр. долл.

В некоторых штатах Австралии реализуются программы «План доступного туризма». Цель программы – позволить туристам с ограниченными возможностями иметь более легкий доступ к туристским услугам и продуктам. Данная программа направлена на развитие туризма для инвалидов и пенсионеров. С помощью грантов программа стимулирует австралийский бизнес развивать инфраструктуру для

доступного туризма. В рамках программ были созданы брошюры, а в сети Интернет размещена информация о местах и услугах, доступных для туристов с ограниченными возможностями.

Информация МИД России

Внутренний туризм в Австралии демонстрирует уверенный рост (около 5% ежегодно). На австралийских туристов приходится около 65% совокупного дохода всей туристической страны.

Соответствующее законодательство (федеральное и на уровне штатов) единообразно регулирует туристическую сферу, не делая различий между австралийцами и иностранными гражданами, проводящими отпуск в стране.

Данная сфера регулируется Конституцией и законодательными актами, касающимися торговых отношений, налогообложения и страхования, охраны прав потребителей, памятников культурно-исторического и природного наследия, лицензирования продажи спиртных напитков и т.п.

Последовательно реализуется линия на снижение бюрократических барьеров. В частности, упразднена система государственного лицензирования туроператоров (эти функции переданы Австралийской федерации турагентов).

В большинстве штатов страны правовые акты о туризме отсутствуют либо упразднены. Только в Квинсленде действует Закон «О туристических услугах», однако он не распространяется на благотворительные и иные организации, которые предоставляют некоммерческие туристические услуги (т.е. развивают социальный туризм).

Задача стимулирования внутреннего туризма прописана в федеральных и местных законах о профильных министерствах, агентствах и комиссиях.

Австралийские власти сотрудничают с ООН, Всемирной туристской организацией и Международным бюро социального туризма по вопросам повышения занятости в туристической отрасли, обеспечения комфортной среды для людей с ограниченными возможностями, а также другим проблемам, находящимся в ведении этих организаций.

Министерство социальных услуг Австралии, а также соответствующие ведомства штатов и территорий призывают туроператоров инвестировать в социальный туризм через разветвленную систему выделения грантов в рамках федеральных, региональных и муниципальных программ. Основной упор в них делается на поддержку этноконфессиональных общин и межкультурного согласия, семьи и детства, обеспечение безопасности женщин, адаптации иммигрантов, трудоустройство молодежи (в т.ч. в туристической отрасли).

Алжир

Информация Минэкономразвития России

Алжир на сегодняшний день является одной из наименее развитых стран в плане туристической инфраструктуры, несмотря на имеющийся огромный потенциал. Благодаря уникальному географическому положению у страны имеются возможности для развития как прибрежного (включая исторические памятники нумидийской, римской и других культур), так и природного (сахарского) туризма.

В настоящее время Алжир занимает 163-е место в мире по развитости инфраструктуры. Подобная отсталость в определенной степени объясняется небезопасной социально-экономической ситуацией. В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 3 июня 2011 г. № 438 Алжир входит в список государств со сложной общественно-политической

обстановкой.

В стране также отсутствует качественная подготовка кадров для туристического бизнеса. Как следствие, уровень обслуживания даже в сетевых отелях не соответствует международным нормам. В этой связи сами алжирцы предпочитают отдыхать за рубежом – ежегодно до 2 миллионов алжирцев выезжает в Тунис, еще 500 тысяч – во Францию. В 2015 г. в Айн-Беньяне (г. Алжир) был открыт институт туризма и гостиничного бизнеса, однако в силу отсутствия необходимого профессорско-преподавательского состава так и не начал полноценно функционировать.

Заявления алжирского руководства о необходимости и готовности развивать туристический бизнес за последнее десятилетие носят чисто номинальный характер и не находят отражения в принятии новых законодательных актов, которые стимулировали бы развитие данного сектора экономики.

Вьетнам

Информация Минэкономразвития России

Туристическая отрасль является одним из быстрорастущих секторов экономики Вьетнама. Согласно данным вьетнамской статистики, в 2014 г. Вьетнам посетило 7,9 млн. иностранных туристов (+ 4% в сравнении с 2013 г.), в том числе из России 365 тыс. (+ 22,4%). Наибольшее число туристов Вьетнам привлекает из стран азиатского региона. Первое место занимает Китай, далее – Южная Корея, Япония, Камбоджа.

За 11 месяцев 2015 г. Вьетнам посетило 7,1 млн. иностранных туристов, в том числе из России – 297,4 тыс. (-10% в сравнении с аналогичным периодом 2014 г.).

Для привлечения иностранных туристов Вьетнам активно развивает туристическую инфраструктуру и повышает качество и ассортимент услуг в данной сфере.

Государственное управление сферой туризма возложено на Главное управление по туризму Вьетнама при Министерстве культуры, спорта и туризма Вьетнама (Vietnam National Administration of Tourism, VNAT, www.vietnamtourism.gov.vn).

Вьетнам является членом «Всемирной туристической организации» (UNWTO, с 1981 г.). Вьетнам также подписал «Соглашение АСЕАН о туризме» (2001 г.), в рамках которого проводятся промоушн-мероприятия в целом для всего региона.

Во Вьетнаме действуют профессиональные объединения туристической отрасли на национальном, региональном, городском уровнях - Vietnam Tourism Association (VITA, www.vita.vn), Hochiminh Tourism Association (www.hta.org.vn), Hanoi Tourism Association (www.hanta.org.vn), Nha Trang-Khan Hoa Tourism Association (www.khata.vn) и др.

На конец 2014 г. во Вьетнаме зарегистрировано 1456 компаний, действующих в сфере туризма (в 2005 г. было 428).

Вьетнам имеет большой потенциал для развития не только въездного туризма, но и внутреннего. По данным Вьетнамской ассоциации туризма, в 2014 г. число внутренних туристов составило 38,5 млн. человек (+10% к 2013 г.), за 11 месяцев 2015 г. – 53,8 млн. человек. Для сравнения в 2005 г. внутренних туристов было 16,1 млн. человек.

Этот впечатляющий рост внутреннего туризма был вызван как экономическими, так и социальными факторами. Население Вьетнама составляет около 90 млн. человек, в основном это молодое население. За последнее время

благосостояние вьетнамского населения заметно выросло. В последние годы увеличилось количество официальных праздничных выходных дней. Все это создает возможности развивать внутренний туризм во Вьетнаме быстрыми темпами.

По статистике, 88,1% местных туристов самостоятельно организуют собственные маршруты. Основной транспорт для туризма – автомобильный (до 65%), на втором месте – железнодорожный (11%), авиаперевозки (12,6%), водный (2,2%). Средние расходы местного туриста, путешествующего самостоятельно, составляют 118 долл. в среднем на 3,5 дня, т.е. примерно 35 долл. в день.

В целом, развитие внутреннего туризма во Вьетнаме находится на стадии формирования. Развитию социального туризма пока не уделяется должного комплексного внимания на государственном уровне.

В то же время Главное управление по туризму регулярно проводит программы, нацеленные на привлечение местных туристов. Для участия в таких программах часто привлекаются крупные местные компании. Например, авиакомпании (Vietnam Airlines, Vietjet Air, Jestar) предоставляют льготные билеты для туроператоров на внутренние рейсы. Скидки на такие туры достигают до 40%. Многие туроператоры организуют туры по выгодным ценам на время национальных праздников. Например, «Saigontourist» – один из ведущих туроператоров Вьетнама – запустил ряд туров по конкурентным ценам на Новый год по наиболее популярным направлениям.

В то же время, эксперты отмечают, что несмотря на большой потенциал рынка внутреннего туризма, власти недостаточно обращают внимания на данную сферу. Правительство должно более активно проводить политику по стимулированию отрасли, находить новые формы поощрения туристических компаний и авиакомпаний, а также за счет диверсификации туристических услуг создавать дополнительные возможности для развития внутреннего туризма.

Туристическая сфера во Вьетнаме регулируется «Законом о туризме» (44/2005/QН11, 2005 г.), согласно которому деятельность по стимулированию сферы туризма включает информационную работу, рекламные и маркетинговые мероприятия для поиска возможностей развития туристической сферы. Государство поощряет и создает благоприятные условия для Фонда содействия развитию туризма за счет взносов тех, кто извлекает выгоду из туризма, а также добровольных взносов организаций и физических лиц в стране и за рубежом.

В дальнейшем Правительством Вьетнама было принято Решение № 92/2007/НĐ-СР от 01.06.2007 г., детализирующее реализацию ряда статей «Закона о туризме», по которому формы стимулирования туристической сферы включают продвижение туризма в средствах массовой информации в стране и за рубежом, создание рекламной продукции, формирование новых туристических предложений, организацию и проведение мероприятий национального, регионального и местного уровней в стране и за рубежом (программы, ярмарки, семинары, выставки и т.д.), международное сотрудничество, открытие представительств за рубежом и другие меры. Предполагается распространение информации и реклама туристических возможностей Вьетнама (о пляжах и курортах, о культуре и традициях, об исторических памятниках, о туристических маршрутах и т.д.); повышение социальной ответственности в сфере туризма для создания безопасной, здоровой, цивилизованной среды; изучение местного и иностранных рынков, создание национальной информационной базы по туризму, создание новых туристических продуктов; разработка критериев оценки и способов поощрения успешных предприятий в сфере туризма и др.

В 2011 г. Правительство Вьетнама приняло «Стратегию развития туризма до 2020 г., с перспективой до 2030 г.» (2473/ҚД-ТТг от 30.12.2011 г.), где поставлены

общие цели отрасли:

средние темпы роста индустрии туризма на период 2011-2020 гг. должны составить 11,5-12%;

к 2015 г.: 7–7,5 млн. международных туристов, 36–37 млн. отечественных туристов, совокупный доход от туризма 10–11 млрд. долл. (5,5–6% ВВП); 390 тыс. гостиничных мест, 30–35% из которых 3–5-звездочные; создание 2,2 млн. рабочих мест, в том числе 620 тыс. сотрудников, непосредственно работающих в сфере туризма;

к 2020 г.: 10–10,5 млн. международных туристов, 47–48 млн. отечественных туристов; совокупный доход от туризма 18-19 млрд. долл. (6,5–7% ВВП); 580 тыс. гостиничных номеров, 35–40% из которых 3-5-звездочные; создание 3 млн. рабочих мест, в том числе 870 тыс. сотрудников, непосредственно работающих в сфере туризма;

к 2030 г.: совокупный доход от туризма должен удвоиться по отношению к 2020 г.

К 2020 г. туризм должен стать одним из ключевых секторов экономики с современным профессиональным уровнем, относительно единой инфраструктурой, с высококачественными и разнообразными продуктами, сохраняющими национальную самобытность, и быть в состоянии конкурировать с другими странами в регионе и в мире. К 2030 г. Вьетнам стремится стать страной с развитой туристической отраслью.

Решением Премьер-министра Вьетнама был утвержден «Генеральный план развития туризма Вьетнама до 2020 г. и с перспективой до 2030 г.» (201/ QD-TTg от 22.01.2013 г.). В плане выделены для развития 7 туристических регионов с 24 туристическими центрами, 46 национальных туристических зон, 41 национальный туристический маршрут и 12 туристических городов. Некоторые основные туристические продукты будут приоритетными для развития, в том числе развитие морского туризма, который является весьма конкурентоспособными в регионе (курорты и живописные места, морские экосистемы), культурный туризм, связанный с традициями и фестивалями, кулинарный туризм. Предполагается составление генеральных планов развития туризма на провинциальном и городском уровнях.

Ежегодно Главное управление по туризму утверждает список мероприятий в туристической сфере. Так, согласно циркуляру № 502/ТCDL-TTDL от 7.05.2015 г., по внутреннему туризму на 2015 г. было запланировано 7 мероприятий (выставки, рекламные мероприятия, награждение лучших туркомпаний, создание рекламного фильма), также предусматривалось 14 мероприятий по поддержке создания туристических продуктов.

Информация МИД России

Туристический сектор Вьетнама регулируется Законом о туризме от 2005 г., в котором выделены две категории туристов: внутренние и международные. В зависимости от вида туризма для туркомпаний и гидов предусмотрены два вида лицензий. При этом разрешение на оказание услуг в области международного туризма (прием иностранцев и отправка граждан Вьетнама за рубеж) автоматически дает право работать и с внутренними туристами.

Примечательно, что руководство Вьетнама, традиционно делавшее ставку на привлечение в страну иностранцев, в последнее время все больше внимания уделяет соотечественникам. Это связано с необходимостью дополнительного стимулирования социально-экономического развития регионов и создания новых рабочих мест для жителей отдаленных районов и представителей нацменьшинств, желанием изменить представление граждан об отечественном сервисе как о менее

качественной и не всегда дешевой альтернативе аналогичных услуг в странах региона. Кроме того, данная политика рассматривается как часть работы по патриотическому воспитанию граждан.

В мае 2014 г. после инцидента с китайской буровой платформой в Южно-Китайском море и последовавшим за этим резким сокращением числа туристов из КНР Правительство поручило Министерству культуры, спорта и туризма разработать программу стимулирования внутреннего туризма. Соответствующий документ под заголовком «Вьетнамцы путешествуют по Вьетнаму, каждая поездка – вклад в укрепление любви к Отечеству» был принят в октябре 2014 г. и включал комплекс соответствующих мер. В частности, предусматривалась широкая информационно-пропагандистская работа среди населения, прежде всего госслужащих и учащихся, мероприятия по развитию недорогих направлений отдыха («хоумстэй», туры выходного дня, фестивали), создание благоприятных условий для снижения стоимости и повышения качества услуг в профильной сфере.

Основная «нагрузка» по реализации программы возлагалась на Министерство культуры, спорта и туризма, региональные власти и Ассоциацию туризма Вьетнама. Местным авиаперевозчикам были даны указания изыскать ресурсы для снижения стоимости и расширения географии полетов, а Правительству предложено разработать дополнительные налоговые льготы.

Особенностью программы стало приравнивание вьетнамцев, постоянно проживающих за рубежом, к внутренним туристам, что формально противоречит «Закону о туризме», но отвечает курсу на мобилизацию ресурсов «вьеткьеу» (этнических вьетов, живущих в диаспоре за пределами Вьетнама).

Хотя итоги кампании пока не подведены, по официальным данным, количество турпоездок, совершенных внутренними туристами в 2015 году, увеличилось почти в полтора раза – до 57 миллионов.

Вместе с тем, во Вьетнаме отсутствует комплексное регулирование социального внутреннего туризма. Положения о льготах для отдельных категорий граждан (дети, молодежь, пенсионеры, инвалиды, ветераны), в т.ч. при посещении достопримечательностей во Вьетнаме, содержатся в различных нормативно-правовых актах.

Египет

Информация Минэкономразвития России

Туризм является важным сектором египетской экономики. Вклад туризма в ВВП Египта составляет 11,3% (в 2010 г. – 11%), а с учетом смежных отраслей – 15%. В отрасли занято 9% рабочей силы, а с учетом смежных отраслей – 13,5% (по данным World Tourism and Travel Council). Доходы от туризма составляют 20% от всех доходов страны в твердой валюте. В 2011–2013 гг. отрасль переживала трудные времена в связи с политической нестабильностью в стране, возникшей после революционных событий января 2011 года. Многие страны рекомендовали своим гражданам воздержаться от посещения Египта. Резко упала заполняемость гостиниц. Более 250 круизных судов на р. Нил было поставлено на прикол. Доходы от туризма сократились более чем наполовину.

В 2014 году наступило некоторое улучшение в туристическом секторе экономики, что было связано с улучшением политической обстановки в стране. Однако уровень предкризисного 2010 года пока не достигнут. Средняя заполняемость гостиниц в Египте составила в 2014 году 35%, при этом в Шарм-эль-Шейхе и Хургаде она составила более 45%, в Каире – менее 30%, а в Луксоре,

Асуане, Табе и Нувейбе – менее 20%. Египетское Правительство надеется, что в 2015 году средняя заполняемость гостиниц составит 65%.

Из Европы в Египет приезжают 77% туристов, из арабских стран – 16%, из других стран – 7%.

Наибольшее количество туристов приехало в Египет в 2014 году из России – около 3 млн. человек (по данным Минтуризма Египта), в 2013 году из России в Египет приезжало 2,4 млн. туристов. Вслед за Россией идут Германия, Италия, Великобритания.

Особенностью туристического сектора египетской экономики является быстрый оборот вкладываемых денежных средств. В течение года средства оборачиваются в среднем 4,5 раза.

Наряду с развитием курортов на побережье Красного моря, Египет стремится развивать туризм на Средиземноморском побережье, в оазисах, а также экологический туризм.

Египетская компания «Orascom Construction Industries» (OCI) ведет строительство Большого каирского музея, расположенного на дороге Каир-Александрия недалеко от пирамид. В нем будет выставлено 100 000 древнеегипетских экспонатов. Финансирование проекта на 65% осуществляется японским международным агентством по сотрудничеству, курирует проект египетский Высший совет древностей.

Крупные национальные туроператоры – «Travco Group» и «Misr Travel» ориентируются в основном на туристов из Англии, Германии, США, Италии, Японии и других промышленно развитых стран. Фирме Travco Travel принадлежит 142 отеля, курорта, круизных лайнера на 25000 гостиничных номеров. В 2014 году компания Travco обслужила 700 тыс. иностранных туристов, или 9,3% от всего количества въехавших иностранных туристов. Компания планирует довести эту цифру до 1,3 млн. туристов в 2016 году.

На египетском рынке туристических услуг активно работают российские туроператоры «ТЭЗ Тур», «Москва Трэвэл», «Пегас» и др., работающие с отелями местных брендов.

Туристическая компания «Orascom Development and Management» является владельцем 20 отелей, в том числе таких брендов как «Hayatt», «Sheraton», «InterContinental», «Club Med», «Swissotel». В компании работает 3000 человек. Фирме принадлежит ряд отелей на Красном море в районах «El-Gouna» и «Taba Heights».

Другими крупными компаниями в турбизнесе являются: «Egyptian Tourism Resorts», «Remco for Touristic Villages Construction». Старейшая компания «Thomas Cook» наряду с прочей туристической деятельностью занимается организацией круизов по Нилу. Компания владеет большим флотом круизных кораблей, а первый круиз был организован в середине 19 века, что фактически стало началом коммерческого туризма в мире.

К управлению отелями на условиях франчайзинга египтяне широко привлекают иностранные компании.

На курортах Египта хорошо развита инфраструктура для полноценного отдыха с детьми разных возрастных категорий, существуют специализированные отели с бесплатной детской анимацией, водными комплексами и аттракционами, спортивными объектами, профессионально подготовленным персоналом.

В связи со снижением турпотока в 2015 г., а также после крушения российского лайнера с туристами над Синайский полуостровом египетский туристический сектор начал испытывать серьезные трудности. Для предотвращения полномасштабного кризиса в туристическом секторе туроператоры при поддержке

государства решили переориентироваться на клиентов внутри страны. Тем самым, существенно снизились цены на гостиницы во всех курортных городах (на 30–40%), создаются специальные 2–3 дневные экономичные туры общей стоимостью 150–200 долл. США. Также снижаются цены на внутренние авиарейсы.

Индия

Информация Минэкономразвития России

В Республике Индия не принимались законодательные меры по регулированию стимулирования развития внутреннего туризма, в том числе социального.

Вместе с тем, Правительством Индии принимались некоторые нормативные решения, прямо или косвенно способствующие развитию внутреннего туризма. Кроме того, на уровне отдельных штатов страны принимались законы и нормативные акты, регулирующие общий порядок управления туристической деятельностью в регионе и ее развитием (например, Conservation and Preservation of Areas Act, 2005 в штате Керала, The Goa Tourist Places (Protection and Maintenance) Act, 2001 в штате Гоа и др.).

На федеральном уровне указанные решения подготавливаются, как правило, соответствующими министерствами и ведомствами Правительства Индии по отраслевому принципу, в связи с чем соответствующие нормативные акты могут регулировать отдельные категории вопросов, косвенно относящиеся к стимулированию внутреннего туризма (развитие всех видов транспорта, портов и аэропортов, строительной инфраструктуры, энергетики, сети отелей и предприятий общественного питания, создание условий для успешного ведения малого бизнеса, увеличение занятости населения, сохранение культурного наследия, обустройство водоснабжения, канализации и уборки мусора в городах и сельских населенных пунктах и пр.).

Основным документом по развитию туризма в Индии является «Национальная туристическая политика» (National Tourism Policy, 2002), принятая Правительством Индии, которая позиционирует туризм, включая внутренний, как один из национальных приоритетов. За годы реализации политики отмечается рост внутреннего городского и паломнического туризма с 22,5 млн. в 2001 г. до 50,5 млн. в 2012 г. с соответствующим увеличением длительности туров и расходов туристов.

Министерством туризма Индии (Ministry of Tourism, <http://tourism.gov.in>) 9 января 2009 года была принята программа государственной поддержки развития внутреннего туризма (Scheme of Market Development Assistance (MDA) for Promotion of Domestic Tourism). В данной программе отмечается, что увеличение внутреннего туризма позволит достичь новых показателей национального экономического роста, в связи с чем следует:

- мотивировать турагентов/туроператоров, занятых организацией внутреннего туризма и подготавливающих турпакеты для локальных направлений, непопулярных и мало использующихся в стране;

- обеспечивать информационное стимулирование отечественных туристов к посещению новых туристических направлений в различных штатах страны;

- знакомить турагентства/туроператоров и отельеров с новыми туристическими продуктами и новейшими разработками в области туризма;

- предоставлять финансовую помощь поставщикам туристических услуг, утвержденным федеральным Министерством туризма или департаментом штата по туризму в северо-восточных штатах и штате Джамму и Кашмир, для их участия в

туристических ярмарках, ежегодных съездах Индийской ассоциации туроператоров, Ассоциации турагентов Индии, Ассоциации туроператоров внутреннего туризма Индии, Ассоциации туроператоров экстремальных путешествий, Федерации гостиничных и ресторанных ассоциаций Индии.

В рамках данной программы на получение государственной финансовой помощи может претендовать любой туроператор для одной поездки на вышеуказанные мероприятия в один из семи северо-восточных штатов Индии или штат Джамму и Кашмир, или не более двух поездок в остальные штаты в течение одного финансового года. Соответственно, поставщики туристических услуг из северо-восточного региона и штата Джамму и Кашмир имеют право на три поездки в другие регионы страны.

Финансовая помощь на эти поездки предоставляется только для авиаперевозок и при условии общей стоимости билетов до 30 тыс. рупий за поездку туда и обратно. Согласно Циркуляру Минфина Индии F. N19024/1/2009-B.IV от 13 июля 2009 года, во всех случаях авиаперелетов, оплаченных Правительством Индии, бенефициары могут путешествовать только самолетами компании Air India. При этом финансовая помощь может быть оказана только одному лицу (генеральному директору, управляющему директору, управляющему партнеру, владельцу компании или организации). Туроператор должен предварительно предоставить декларацию о том, что агентство не находится под следствием и не внесено в «черный список» Министерства туризма Правительства Индии или любого государственного агентства. В случае большого количества заявок приоритет отдается туроператорам, которые не воспользовались финансовой помощью ранее в рамках программы.

Согласно годовому отчету Министерства туризма (Ministry of Tourism, <http://tourism.gov.in>) за 2015 год, для развития внутреннего туризма Правительством страны по предложению Министерства туризма в бюджет Индии 2014/2015 гг. были включены две новые схемы. Согласно схеме PRASAD осуществлялось целевое финансирование Национальной миссии по реабилитации здоровья паломников и повышению духовности (National Mission of Pilgrimage Rejuvenation & Spiritual Augmentation Drive, PRASAD) в сумме 100 кроров⁹ инд. рупий (около 15,2 млн. долл. США) в целях улучшения инфраструктуры и внешнего вида 12 исторических паломнических центров всех вероисповеданий на территории страны (Амритсар, Аджмер, Канчипурам, Пури, Матура, Варанаси и др.).

Кроме того, Правительством страны для развития инфраструктуры внутреннего и въездного туризма были образованы новые укрупненные туристические округа: Himalyan, North-East, Krishna, Coastal и Buddhist, что потребовало принятия второй схемы – «Свадеш Даршан» (SWADESH DARSHAN). Для реализации этих схем в Министерстве туризма была создана специальная дирекция, контролирующая их исполнение.

Помимо этого, потенциал роста внутреннего туризма используется Правительством для развития сельских районов страны. Концепция сельского туризма признана полезной для Индии, где почти 74% населения проживает в 7 миллионах деревень. Минтуризма Индии своим решением от 9 декабря 2011 г. утвердило схему инфраструктурного развития сельского туризма. Согласно этой схеме, определены основные географические регионы Индии для развития и продвижения сельского туризма. Реализация программы осуществляется через Министерство сельского развития (Ministry of Rural Development, <http://rural.nic>).

⁹ Крор – используемая в индийской системе счисления единица, равная десяти миллионам или ста лакхам.

in/netrural/rural/index.aspx) и местные Комитеты по конвергенции во главе с Коллекторами районов. Основными целями являются улучшение состояния окружающей среды, продвижение санитарии и гигиены, развитие инфраструктуры в сельской местности. Адресная финансовая помощь правительствам штатов для внутреннего сельского туризма осуществляется центральным Правительством ежегодно в размере около 75,8 тыс. долл. США на развитие инфраструктуры сельских населенных пунктов (озеленение, развитие парков, реконструкция памятников, улучшение дорог в пределах ведения сельских советов – панчаятов, освещение, уборка мусора и канализация и пр.) и свыше 30,3 тыс. долл. США на строительную деятельность в указанных целях. Правительства штатов также оплачивают из регионального бюджета деятельность привлеченных экспертов в сумме до 4,5 тыс. долл. США для проверки обоснованности планов реализации каждого проекта.

Аналогичным образом внутренний туризм получает импульс к развитию при принятии Правительством страны различных программ по развитию медицинского и «спа» туризма, гольф- и поло-туризма, экстремального туризма. Например, Министерство судоходства Индии (Ministry of Shipping, <http://shipping.gov.in>) 26 июня 2008 года своим решением приняло «Круизную судоходную Политику» (Cruise Shipping Policy, 2008) как программный документ по развитию внутреннего водного туризма в стране и совместно с Министерством туризма начало активную деятельность на основных реках Индии.

Что касается социальной направленности внутреннего туризма, то специальных законодательных решений по данному поводу не имеется. Однако Министерством туризма выпускаются, например, обязательные для исполнения на всей территории Индии распоряжения в адрес отелей, устанавливающие «безбарьерную среду» для лиц с ограниченными возможностями с учетом действующего Закона о равных возможностях, защите прав и полноправия лиц с ограниченными возможностями 1995 года (Equal Opportunities, Protection of Rights & Full Participation Act, 1995). Данные требования предусматривают особые условия оборудования входов в отели, ванных комнат, мебели и другого инвентаря. Министерство городского развития Индии (Ministry of Urban Development, <http://moud.gov.in/>) принимает аналогичные меры по созданию «безбарьерной среды» для лиц с ограниченными возможностями, путешествующих в городах.

Индонезия

Информация Минэкономразвития России

В Индонезии уделяется особое внимание, прежде всего, развитию и государственной поддержке иностранного туризма, который является одним из значительных источников валютных доходов страны. С этой целью в стране развиваются специализированные особые экономические зоны, проводятся ежегодные культурные и спортивные мероприятия, предназначенные для привлечения иностранных туристов, особенно в отдаленные регионы страны, не охваченные массовым туризмом из-за рубежа. Вместе с тем, по оценке Министерства туризма и креативной экономики Индонезии, средства, выделяемые на развитие туризма из государственного бюджета, в 20 раз меньше, чем аналогичные ассигнования в бюджете соседней Малайзии. Одной из эффективных мер, по мнению индонезийцев, стало введение в 2015 г. в одностороннем порядке режима безвизового въезда для граждан ряда стран, в том числе России.

Внутренний туризм в Индонезии развивается достаточно стихийно и

поддерживается преимущественно силами местных органов власти на уровне провинций и округов, имеющих в своем составе отделы туризма. Основной задачей данных отделов в регионах, расположенных за пределами традиционных мест, посещаемых интуристами, является поиск, выявление, развитие и сохранение объектов туризма (природных и архитектурных), однако в региональных бюджетах на данные цели выделяются незначительные средства. На общегосударственном уровне какие-либо цели и задачи развития внутреннего туризма не ставятся. Так, в «Мастер-плане национального развития туризма на 2010–2025 годы» целевые показатели внутреннего туризма на указанный период отсутствуют.

Информация МИД России

Сфера внутреннего туризма, в т.ч. социального, регулируется «Законом о туризме» 2009 г. Так, в соответствии с положениями закона некоторые категории туристов (дети, люди преклонного возраста и инвалиды) вправе получать соответствующий уход и иметь доступ к необходимому оборудованию в соответствии с их потребностями.

Кроме того, согласно статье 11 «Закона о защите детей» 2002 года, каждый ребенок имеет право на отдых, в т.ч. в рекреационных зонах, с возможностью проводить свободное время по собственному усмотрению в соответствии со своими интересами и целью личностного развития.

Иран

Информация Минэкономразвития России

Индустрия туризма в Иране официально оформилась пятьдесят лет назад с целью создания возможностей для ознакомления со всемирно известными памятниками иранской цивилизации. В 1936 г. в составе Министерства внутренних дел Ирана впервые было образовано Управление по делам туризма. Функции этого управления ограничивались публикацией и распространением различных небольших путеводителей для туристов и для презентации Ирана с географической, политической и социальной стороны. Позднее, в сентябре 1942 г., функции этого управления были переданы в ведение Высшего совета по туризму.

До конца 1970-х Иран пользовался значительной популярностью среди туристов, но в связи с исламской революцией 1979 года и ирано-иракской войной поток туристов резко упал. С начала 2000-х, несмотря на международную напряженность, руководство страны проводит политику стимулирования туризма и развития туристической инфраструктуры.

В настоящее время за деятельность индустрии туризма в стране отвечает Организация культурного наследия, туризма и ремесел Ирана (в структуре Министерства культуры и исламской ориентации), которая занимается вопросами туризма и паломничества, несет ответственность за создание, развитие и функционирование туристических объектов в Иране, ремонт и реконструкцию туристических объектов за счет прямых инвестиций или предоставления кредитов частному сектору, выдачу лицензий, контроль за созданием и деятельностью гостиниц, ресторанов, туристических агентств и их оценку. Инвестиции в эту сферу в зонах свободной торговли Ирана освобождаются от налогов на срок до 20 лет.

В Иране развиваются такие направления туризма, как экотуризм, знакомство с народными промыслами и оздоровительный туризм. Ежегодно в Иран приезжает порядка 30000 иностранцев на лечение.

В настоящее время в сфере туризма создано до 1,8% числа рабочих мест в Иране. В целях стимулирования внутренних и прямых иностранных инвестиций в

этот сектор предусмотрено 50%-е снижение налогов для ранее созданных туристических фирм, включая пятизвездочные отели.

В 2002 г. был утвержден действующий в настоящее время новый законодательный акт «Закон о поощрении и защите иностранных инвестиций».

Государственным институтом, ответственным за обеспечение процесса иностранного инвестирования в стране, является Организация экономического и технического содействия инвестициям Ирана (www.investiniran.ir). В структуре этой организации функционирует Центр по оказанию услуг иностранным инвестициям, задачей которого является содействие иностранным инвесторам на этапах до и после выдачи лицензии на осуществление инвестиционных проектов в стране.

Согласно информации Организации по иностранным инвестициям и экономическому и технологическому содействию Ирана, для привлечения иностранных инвестиций Тегеран вводит новые законодательные инициативы, согласно которым отныне зарубежные инвесторы становятся обладателями тех же прав, что и местные.

Необходимо отметить, что при осуществлении иностранных инвестиций в стране, иранская сторона осуществляет соинвестирование с горизонтом не менее 15%. Кроме того в инфраструктурные объекты внутреннего туризма осуществляет инвестирование Фонд национального развития Ирана.

Согласно последнему решению попечительного совета Фонда национального развития Ирана, в текущем 1394 году по иранскому календарю (21.03.15 г. – 20.03.16 г.) фондом на инфраструктурные проекты в 8-ми наиболее важных отраслях экономики будет выделено более 32,7 млрд. долларов. В том числе, в национальной валюте будут проинвестированы промышленность, туризм, сельское и водное хозяйство.

Необходимо отметить, что многие проекты в сфере туризма в Иране осуществляют компании малого и среднего предпринимательства, получающие господдержку своей бизнес-деятельности.

Вместе с тем, законодательно в Иране осуществляется стимулирование туристической отрасли в стране в целом, не выделяя стимулирования туризма для детей, молодежи, многодетных семей, пенсионеров, инвалидов и др. Внутренний турпоток распределен следующим образом: 49% иранцев осуществляют турпоездки для посещения друзей и родственников, 24% – для осмотра достопримечательностей, 17% – для осуществления религиозного паломничества, 6% – в целях медицинского туризма, 4% – прочее.

По данным Организации культурного наследия, туризма и ремесел Ирана, в течение 1393 иранского года солнечной хиджры (по иранскому календарю с 21 марта 2014 года по 20 марта 2015 года) 5,1 млн. иностранных туристов посетили Иран, из этого числа около 50% иностранных туристов – паломники к священным местам Ирана в городах Кум и Мешхед, 1,6 миллиона туристов, посетивших Иран прибыли из Ирака, около 500 тысяч из Саудовской Аравии, Кувейта, Бахрейна и других стран Персидского залива, а 300 тысяч являлись гражданами Индии, Пакистана, Афганистана и стран Центральной Азии.

Согласно плану перспективного развития страны на период до 2025 года, Иран ежегодно рассчитывает принимать до 20 млн. иностранных туристов, за счет которых можно будет получить валютные доходы в размере от 25 до 30 млрд. долларов.

В Иране принимаются меры к использованию имеющегося внутри страны потенциала для дальнейшего развития туристической индустрии. В этом отношении Иран обладает достаточно большими возможностями, а в постсанкционный период при должном планировании можно будет рассчитывать компенсировать отставание,

ранее допущенное в этой сфере. За последние полтора-два года в области туризма уже предприняты определенные шаги с целью увеличения в Иране количества четырех- и пятизвездочных отелей для иностранных туристов. На данный момент в Иране насчитывается примерно 1,1 тыс. гостиниц, из числа которых на долю четырех- и пятизвездочных отелей приходится только 12%, т.е. в стране уже имеется около 130 таких отелей, а к 2025 году поставлена задача довести их число не менее чем до 400.

Камбоджа

Информация МИД России

Туристическая сфера Камбоджи регулируется принятым в 2009 г. «Законом о туризме», в котором определяются функции профильных государственных и местных органов власти по развитию данной области, ставятся задачи обеспечения защиты природы в рекреационных зонах, сохранения культурно-исторических памятников, национальных традиций и обычаев. Следует отметить, что камбоджийское законодательство и национальные планы не выделяют внутреннего и социального туризма в качестве отдельных направлений туристического сектора.

Министерство туризма осуществляет общее руководство и координацию на данном направлении, обеспечивает необходимое взаимодействие с различными ведомствами в интересах повышения качества туристических услуг, их соответствия современным стандартам, осуществляет лицензирование туристической деятельности. На региональные и местные органы власти возложен контроль за функционированием различных организаций в сфере турбизнеса, сохранением природного наследия, использованием земельных участков, переданных государством в аренду частным компаниям для развития туризма, и др. Проекты строительства туристических объектов должны согласовываться с Министерством туризма.

В принятом Правительством Камбоджи в 2012 г. Стратегическом плане развития туризма на 2012-2020 гг. обозначены основные задачи в этой сфере. В частности, выделены пять приоритетных туристических зон: историко-архитектурный комплекс Ангкор, Пномпень, морское побережье, северо-восточные провинции, районы озера Тонлесап и рек Меконг и Бассак (в последних двух зонах акцент делается на экологическом туризме). Принимаются меры по созданию условий для подготовки квалифицированных специалистов в туристической области. В частности, намечено создание Национального института туризма.

В 2005 г. Минтуризмом принята Стратегия экологического туризма, предусматривающая реализацию проектов по благоустройству городов и курортных мест («чистый город», «чистые курорты», «образцовые услуги»), сохранению национального уклада, развитию агротуризма. Особый упор делается на стимулирование сельского туризма как средства укрепления местного малого и среднего бизнеса (производство и продажа сувениров, предоставление услуг и др.).

В настоящее время Минтуризма разрабатывает Генеральный план развития морского побережья Камбоджи (443 км), прежде всего, традиционных туристических центров в районе г. Сиануквиль и г. Кеп на побережье Сиамского залива. Соответствующая концепция была позаимствована у Франции, а дизайнерские решения разработаны местной компанией и нацелены на обустройство традиционных мест отдыха в соответствии с международными стандартами (строительство пешеходных и велосипедных дорожек, сооружение информационных центров, создание садов и парков, открытие сети магазинов шаговой доступности и др.).

Китай

Информация Минэкономразвития России

Государственное регулирование в сфере внутреннего туризма в Китае характеризуется, прежде всего, наличием специального законодательства, системы наделенных полномочиями государственных органов, механизма регулирования и контроля.

Законом КНР «О туризме» от 25 апреля 2013 г. внутренний туризм (организация туристических поездок для граждан КНР и проживающих в КНР иностранцев) определен наряду с выездным туризмом, приграничным туризмом и въездным туризмом в качестве одного из основных видов туристической деятельности.

Внутренний туризм становится все более популярным в Китае, его показатели стабильно растут. Так, в соответствии с данными регулятора отрасли – Государственного управления по делам туризма КНР (China National Tourism Administration, <http://www.cn-ta.gov.cn>), количество участников внутреннего туризма в 2014 г. составило 3,6 млрд. человек/раз (+10,7% по сравнению с 2013 г.). Доходы от внутреннего туризма составили 3,03 трлн. юаней (+15,4%). В первом квартале 2015 г. туристические агентства планировали внутренние поездки по стране для 20,39 млн. туристов. Фактически такой возможностью воспользовались 23,70 млн. человек, что составило увеличение аналогичных показателей прошлого года за тот же период на 8,84% и 10,61% соответственно.

Меры поддержки внутреннего туризма – План развития туризма в КНР

Государственный Совет КНР 9 августа 2014 г. опубликовал документ – «Некоторые мнения Госсовета КНР о стимулировании и развитии реформы туристической отрасли» (Several Opinions of the State Council on Promoting the Reform and Development of the Tourism Industry), который, по сути, является государственным планом развития туризма до 2020 г. (далее – План).

В соответствии с Планом к 2020 г. общая сумма потребительских расходов в сфере внутреннего туризма в КНР должна достигнуть 5,5 трлн. юаней, каждый житель КНР должен совершить не менее 4,5 туристических поездок ежегодно, а доля туризма в ВВП должна достигнуть 5%.

Для достижений этих показателей в Китае планируется осуществить ряд мероприятий:

- упростить правила допуска на рынок туристских услуг, содействовать интернационализации китайских туристических компаний и развитию международного сотрудничества в сфере туризма;

- объединить международные и внутренние стандарты туристических услуг; улучшить внутренние, международные и региональные механизмы сотрудничества в сфере туризма, установить взаимосвязанную сеть информационного и сервисного обслуживания отрасли;

- поощрять бизнес по организации чартерных рейсов для внутренних туров по стране;

- разработать новые международные и внутренние туристические маршруты;

- продолжить развитие въездного туризма, агротуризма, познавательного туризма, социального туризма (в частности, туризма для пожилых граждан);

- совершенствовать в дальнейшем транспортную инфраструктуру, систему оценки кредитоспособности на рынке, финансовую поддержку туризма со стороны государства, контроль над ценами на входные билеты, а также совершенствовать систему предоставления оплачиваемых отпусков для работников.

Помимо общих рекомендаций План предусматривает ряд конкретных задач для различных министерств и ведомств Государственного Совета КНР. Например, Министерству трудовых ресурсов и социального обеспечения КНР совместно с Государственным управлением по делам туризма КНР поручено разработать и принять правила регулирования и оценки работы, а также выплаты вознаграждения за труд и социальное обеспечение туристических гидов. Государственное управление по делам туризма КНР совместно с Главным торгово-промышленным управлением КНР должны сформировать «черный список» туристических компаний и разработать правила предоставления информации о правонарушениях в сфере туризма.

Внутренний туризм и цены

В настоящее время наиболее популярными объектами внутреннего туризма Китая считаются Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Сиань, Гуйлинь, Ханчжоу, Санья, Лхасу, Чэнду, Лицзян, Гонконг и Макао.

Закон КНР «О туризме» ввел государственное регулирование цен (в форме установления фиксированных или рекомендуемых цен) на входные билеты и транспортные услуги в пределах туристических объектов внутреннего туризма, для «создания которых используются общественные ресурсы». При повышении цен в обязательном порядке должны проводиться общественные слушания с учетом запросов мнений туристов и организаций в сфере туризма и доказываться обоснованность и необходимость повышения цен.

Городские общественные парки и музеи (за исключением важнейших памятников культуры и мест размещения важнейших коллекций культурных ценностей) обязаны постепенно ввести для посетителей бесплатный вход.

В случае повышения цен туристические объекты обязаны объявить о повышении цен за 6 месяцев до начала применения мер.

Основной причиной, по которой в Китае введены меры по регулированию цен на входные билеты, является быстрый их рост в последние годы. При этом часто рост цен никак не связан с улучшением качества услуг или инфраструктуры.

Еще одна проблема туризма в Китае – огромное количество туристов, особенно в популярных местах и особенно в праздники. Для решения этой проблемы Закон КНР «О туризме» вводит регулирование численности туристов.

Количество туристов, находящихся на территории туристического объекта, не должно превышать максимальное количество, установленное государственными органами, занимающимися регулированием деятельности туристических бюро. Туристический объект обязан опубликовать максимальную вместимость, разработать и применять правила контроля количества посетителей. Кроме того, туристические объекты могут контролировать численность посетителей за счет предварительного резервирования билетов.

Социальный туризм

Общее положение в отношении социального туризма содержится в законе КНР «О туризме» (ст. 11): «инвалиды, престарелые и несовершеннолетние лица пользуются льготами и привилегиями, определенными действующими законами и положениями».

Планом развития туризма определены, в частности, следующие направления и мероприятия по поддержке и развитию социального туризма.

Организация учебных и экскурсионных занятий для школьников и молодежи:

в соответствии с требованиями комплексной программы современного образования, учебные занятия, школьные экскурсии, летние и зимние лагеря и другие мероприятия должны быть включены в программу повседневного нравственного, эстетического и физического воспитания учащихся начальной и

средней школы и рассматриваться как основа для воспитания молодежи «на принципах патриотизма, революционных традиций и национальных особенностей»;

система учебных и экскурсионных занятий для школьников должна базироваться в привязке и с учетом национальных условий родного города, округа, провинции (по месту расположения школ всех ступеней);

необходимость укреплять систему управления учебными и экскурсионными занятиями для школьников и унифицировать групповые поездки учащихся начальных и средних школ за границу;

осуществить поддержку всех регионов страны в целях стимулирования институтов культурного и исторического наследия, известных высших учебных заведений, промышленных и горнодобывающих предприятий и научно-исследовательских институтов строительства ряда туристических баз для проведения учебы и школьных экскурсий, и постепенно улучшать качество обслуживания. Поощрять систему скидок цен на учебные и школьные экскурсии.

Активное развитие туризма для пожилых людей:

важно активно развивать многоуровневую и диверсифицированную систему санаторно-курортного отдыха для пожилых людей в рамках совершенствования сферы обслуживания и здравоохранения для престарелых граждан;

необходимо разработать руководства по планированию использования всех видов живописных мест отдыха в целях создания необходимых удобств для пожилых людей, обеспечив комфортное передвижение и необходимый сервис для престарелых и инвалидов;

стимулировать местные органы власти и предприятия к запуску недорогих туристических продуктов и принятию льготных мер в отношении туризма для пожилых людей. Обеспечить скорейшую разработку стандартов обслуживания по туризму для пожилых людей и способствовать формированию специализированных сервисных брендов в этом направлении;

снять ограничения, основанные на регистрации по месту жительства, и предоставить льготы, применимые для пожилых посетителей, имеющих входные билеты на посещение туристических достопримечательностей.

Место малых и средних предприятий во внутреннем туризме КНР

Многие виды услуг в секторе внутреннего туризма в Китае, включая гостиничный, ресторанный сервис, услуги туроператоров и транспортные услуги, предоставляются малыми и средними предприятиями (МСП).

В отношении МСП государством установлен комплекс стимулирующих мер имущественного, налогового и иного характера, упрощены административные барьеры по их созданию и деятельности.

Законом КНР «О стимулировании развития малых и средних предприятий» определено, что «государство создает специальный фонд поддержки малых предприятий». Этот фонд формируется за счет:

- 1) средств бюджета, целенаправленно выделяемых для поддержки малых предприятий;
- 2) доходов фонда;
- 3) пожертвований и дарений;
- 4) прочих финансовых поступлений. Государство участвует в увеличении средств этого фонда путем регулирования налоговой системы в отношении малых предприятий.

Средства этого фонда используются для оказания консультационных, юридических и иных услуг; создания и поддержки системы гарантирования и субсидирования кредитования; поддержки инновационной деятельности; стимулирования специализации и кооперации с крупными предприятиями;

подготовки управленческих кадров и специалистов; поддержки внешнеторговой деятельности; развития экологически чистых производств.

В 2003 г. на момент начала действия Закона средства фонда составляли 50 млн. юаней (около 7 млн. долларов). Распорядителем средств фонда является Департамент малых и средних предприятий, Национальная комиссия по развитию и реформе. Далее ежегодно фонд увеличивался в среднем на 10-15%.

Помимо средств этого фонда, начиная с 1998 г., для поддержки инновационной деятельности малых и средних предприятий по линии Министерства науки и техники КНР ежегодно выделяется 1 млрд. юаней (около 120 млн. долларов).

Налоговым режимом КНР предусмотрены льготы для субъектов малого предпринимательства при уплате следующих налогов: подоходного налога с предприятий, налога на добавленную стоимость (НДС), налога на хозяйственную деятельность и налога с продаж.

Налоговые льготы при уплате налога на прибыль (подоходного налога) предприятия:

1) от уплаты налога на прибыль, базовая ставка которого с 1 января 2008 г. составляет 25% (до этого действовала ставка в 33%), освобождаются сроком на один год с момента регистрации малые предприятия в сельской местности, занятые в сфере услуг, сфере транспортных перевозок, связи, сфере общественного питания, туризма, образования, оказания медицинских услуг, материального снабжения. Со второго года деятельности подоходный налог уплачивается указанными предприятиями в половинном размере;

2) сроком на 3 года освобождаются от уплаты налога на прибыль малые предприятия, вновь создаваемые в депрессивных регионах или районах, определенных в качестве приоритетных в соответствии с государственной отраслей политикой;

3) малые предприятия, вновь создаваемые в сельской местности и использующие труд сельских жителей, уплачивают налог на прибыль в размере 10%. Правительства районов проживания национальных меньшинств имеют право сроком на три года освободить от уплаты налога на прибыль те малые предприятия, развитие которых является необходимым с точки зрения сохранения традиционных ремесел или видов деятельности местных национальностей;

4) вновь создаваемые в городах и сельской местности малые предприятия, имеющие в своем составе до 60% работников, считающихся безработными на момент создания предприятия, освобождаются сроком на три года от уплаты налога на прибыль. Если по истечении трех лет на этих предприятиях доля вновь принятых на работу безработных в текущем году составляет не менее 30%, то освобождение от уплаты подоходного налога продлевается еще на два года. Аналогичная схема освобождения от уплаты налога на прибыль применяется также к тем малым предприятиям, которые создаются работниками ликвидируемых государственных предприятий;

5) малые предприятия, если их годовая прибыль не превышает 30 тыс. юаней, уплачивают налог на прибыль в размере 12%; и в размере 20% - при годовой прибыли до 100 тыс. юаней. Предприятия малого предпринимательства в сфере торговли уплачивают налог на прибыль в размере 4%, если их годовой доход от реализации не превышает 1,8 млн. юаней;

6) от уплаты налога на прибыль полностью освобождаются малые предприятия, на которых более 35% работников являются инвалидами. На тех малых предприятиях, где число инвалидов составляет от 10% до 35% общей численности, налог на прибыль уплачивается в половинном размере (численность

инвалидов в Китае – более 60 млн. чел.);

7) с 1 января 2015 г. и до 31 декабря 2017 г. установлен новый порог в отношении налога на прибыль облагаемого в размере 50% от действующей ставки (12,5%). Порог увеличивается со 100 тыс. юаней до 200 тыс. юаней. Ставка налога на прибыль сверх данной суммы уменьшена с 25% до 20%.

Налоговые льготы при уплате НДС:

с 1 августа 2013 г. предприятия и другие организации, являющиеся малыми плательщиками НДС и подающие налоговые декларации ежеквартально, освобождаются от уплаты данного налога, если ежемесячная выручка данных организаций не превышает 20 тыс. юаней.

Налоговые льготы при уплате налога на хозяйственную (предпринимательскую) деятельность:

1) малое предприятие может быть освобождено от уплаты налога на хозяйственную деятельность сроком до трех лет, если при его создания был использован кредит, а одной из сторон, предоставившей гарантию при разделе рисков, выступил государственный орган (центральный или местный);

2) базовая ставка налога на хозяйственную деятельность для МСП в сфере туризма составляет 5%;

3) организации, которые подают декларации по налогу на предпринимательскую деятельность ежеквартально, вправе воспользоваться освобождением от налога, если их доход от реализации товаров (работ, услуг) в этом квартале не превышает 60 тыс. юаней.

Налоговые льготы при уплате налога с продаж:

малые предприятия уплачивают налог с продаж (акциз) в размере 1% (по общему правилу налог с продаж в КНР в размере от 5% до 30% взимается с 11 видов продукции – табачные изделия, алкоголь, косметика, средства защиты кожи, драгоценности, взрывчатые вещества, бензин, автомобильные шины, мопеды, малолитражные автомобили.

Информация МИД России

За последние несколько лет в Китае сформировался крупнейший в мире туристический рынок. По официальным оценкам Главного государственного управления по туризму КНР в 2015 г. количество въездных поездок составило 128 млн. чел./раз, выездных – более 120 млн. чел./раз, а объем внутреннего туризма достиг небывалых 3,9 млрд. поездок в год. Несмотря на то, что статистика в отношении внутреннего туризма по оценкам экспертов несколько завышена, его влияние на экономику страны очевидно. Так, общий оборот средств в рамках внутреннего туризма в прошлом году составил более 3,3 трлн. юаней (около 501 млрд. долл. США).

Несмотря на колоссальные масштабы туристической отрасли Китая, законодательство в области ее регулирования находится в процессе становления. Лишь в 2009 г. Государственный Совет КНР предпринял первую серьезную попытку систематизировать и юридически закрепить политику государства в отношении туристического сектора. Тогда были приняты «Рекомендации по ускорению развития туристической индустрии», в которых впервые было указано на необходимость придания туризму роли «стратегической и опорной отрасли» экономики Китая, а также обозначены в наиболее общих формулировках основные векторы ее развития. Принятие данного документа стало своего рода отправной точкой в деле унификации законодательства в указанной области. На его основании Госсовет принял ряд уточняющих и дополняющих документов, важнейшие из которых относились к сфере финансового обеспечения туристического сектора. Так, в 2012 г.

были анонсированы «Рекомендации Госсовета КНР в области обеспечения финансовой поддержки ускорению развития туристического сектора», а также «Рекомендации Госсовета КНР в области привлечения инвестиций частного капитала в туристический сектор» и др.

Названные документы легли в основу двух основных правовых актов в области регулирования туризма в Китае – закона КНР «О туризме» и «Основных положений по развитию национального туризма и отдыха на 2013-2020 гг.».

Закон «О туризме» вступил в силу 1 октября 2013 г. Этот документ, по сути, стал первым законодательным актом КНР, регулирующим вопросы развития туристической отрасли. Его разработка заняла более 30 лет – впервые инициатива о принятии такого закона была выдвинута еще в 1982 г. Главное достижение закона, по оценкам местных экспертов, заключается в комплексном характере документа. В частности, закон охватывает такие положения, как права, обязанности и юридическую ответственность всех субъектов туристической деятельности, принципы и нормы разработки и принятия туристических планов, порядок оформления договорных отношений с туристом и урегулирования споров, безопасность туристов, контроль и надзор в отрасли. Закон затрагивает интересы более 20 центральных ведомств, распространяется на десятки смежных отраслей. По сути, главной целью закона стала систематизация и упорядочение туристического рынка страны.

Закон «О туризме» стал документом максимально универсальным, задающим стратегические вехи развития индустрии. Нормативным актом более практического содержания с набором конкретных мер по развитию отрасли стали «Основные положения по развитию национального туризма и отдыха на 2013-2020 гг.» (далее – Положения). Данный документ фактически является наиболее полной стратегией «здорового развития национальной системы туризма и отдыха». Стоит при этом отметить, что китайский законодатель не выделял внутренний туризм в качестве отдельного предмета регулирования. Все основные официальные документы национального и регионального уровней рассматривают вопрос развития туризма в целом, без деления на внутренний, въездной и выездной.

Положения предполагают достижение к 2020 г. следующих целей: установление гибкой системы оплачиваемых отпусков для работников, воспитание в обществе культуры цивилизованного отдыха, существенное повышение качества национального туристического продукта, повышение потребления в области туризма со стороны как городских, так и сельских жителей.

Для достижения заявленных целей Положениями предусмотрены следующие практические меры развития туристической индустрии.

На общенациональном и провинциальном уровнях вводится положение об обязательном ежегодном оплачиваемом отпуске для работников. Государственным органам, предприятиям и общественным организациям предписывается «быть гибкими в вопросе предоставления сотрудникам ежегодного оплачиваемого отпуска». Государство также берет на себя обязательство по обеспечению права на оплачиваемый отпуск для сотрудников частного сектора. Возможность изменения дат каникул также получили среднеобразовательные и высшие учебные заведения страны. Данная мера должна способствовать увеличению продолжительности и более равномерному распределению отпусков в течение года (не только во время «золотых недель»), а также повышению среднегодового количества туристических поездок граждан с 2,5 в 2013 г. до 4,5 в 2020 г.

Совершенствование туристической инфраструктуры. В обязанность местных властей вменяется создание новых и совершенствование имеющихся туристических направлений: зон отдыха, городских парков, туристических пешеходных улиц, мест

рекреации в окрестностях крупных городов, тематических туристических деревень и небольших городов. Также предполагается создание современного отельного фонда, включая семейные гостиницы, гостевые дома, бюджетные отели и hostels для молодежи. Планируется открытие специализированных кемпингов для развивающегося направления автомобильного туризма. Приоритетное внимание уделяется созданию портовых мощностей для речного и морского туризма.

Создание и развитие национального туристического продукта. Местным властям предписывается поддерживать традиционные виды отдыха, а также активно развивать такие сравнительно новые направления туризма, как автомобильный, велосипедный, спортивный, экстремальный, медицинский, оздоровительный, геотермальный, горнолыжный, круизный, военно-исторический, событийный и др. Подчеркивается необходимость разработки турпродуктов, специально ориентированных на определенные группы людей: городских и сельских жителей, молодежь, детей, женщин, инвалидов и т.д.

Предполагается создание более комфортной среды для отдыха и туризма. В частности, предусматривается административное определение цены на билеты в городские парки, достопримечательности, музеи, мемориальные комплексы с постепенным переводом их посещения на бесплатную основу. Властям надлежит создавать удобные системы туристической навигации, оказания информационных услуг, в том числе путем открытия информационных центров в местах концентрации туристов. Отдельное внимание уделяется обеспечению безопасности туристов, для чего должны быть усилены меры безопасности, создана эффективная система реагирования на чрезвычайные ситуации, повышено качество работы горячих линий обслуживания туристов.

Так, Государственное управление по туризму продвигает разработку на провинциальном уровне «проектов умных городов Китая», что подразумевает создание провинциальными туристическими ведомствами турпродуктов с использованием современных технологий и услуг. Другим примером комфортной туристической среды стало совместное с Министерством транспорта решение о введении бесплатного проезда по всем платным дорогам для личного транспорта в период «золотых недель».

Создание развитой туристической информационной системы, предусматривающей более эффективное распространение информации о туристических возможностях регионов. Закреплена необходимость разработки и реализации государственной туристической «имиджевой» стратегии. В частности, Госсовету КНР предписывается организовать работу по продвижению за рубежом китайского туризма, в том числе за счет создания сети специализированных административных органов, развития международного взаимодействия. Регионам вменено в обязанность заниматься продвижением собственного туристического имиджа, создавать туристические продукты «с региональной спецификой».

Повышение качества предоставляемых услуг. Разработка стандартов и критериев оценки качества туристических услуг, системы мониторинга и гарантий соответствующего качества. Планируется также создание курсов подготовки и повышения квалификации работников отрасли, усиление специализированного высшего образования.

Важное место в Положениях уделяется обеспечению финансирования соответствующих постановлений и планов. Правительствам вменяется активно инвестировать в данную отрасль, а также говорится о необходимости привлечения и поддержки частных инвесторов. Так, к 2020 г. планируется довести ежегодный объем расходов на развитие туризма в Китае до 5,5 трлн. юаней (около 5% от ВВП). Для сравнения, в 2013 г. эта сумма составила 2,6 трлн. юаней.

Реализация описанного выше законодательства вменяется правительствам всех уровней (комиссиям по развитию и реформе, управлениям по туризму). Органам исполнительной власти предписывается включать туризм в планы социально-экономического развития территорий, а затем на основании этих планов отдельно разрабатывать и реализовывать программы развития туристической отрасли и подпрограммы развития отдельных зон.

Специальных положений о стимулировании туризма социально незащищенных категорий граждан нет. Тем не менее в их отношении применяется режим ценового благоприятствования: сокращение стоимости входных билетов и скидки на транспортные услуги для детей, студентов, преподавателей, пенсионеров, госслужащих и людей с ограниченными физическими возможностями. Также предусматривается проведение дней открытых дверей для названных категорий граждан и бесплатных школьных экскурсий.

В целом как закон «О туризме», так и «Основные положения по развитию национального туризма и отдыха на 2013–2020 гг.» хоть и отличаются достаточно общими формулировками, тем не менее имеют весьма конкретное прикладное значение. Местное экспертное сообщество сходится во мнении, что их принятие дало дополнительный стимул качественным преобразованиям китайской туристической отрасли, которая, несмотря на масштабность, пока не отличается полной упорядоченностью.

Малайзия

Информация Минэкономразвития России

Правительство Малайзии прилагает серьезные усилия для устойчивого развития туризма в стране. Туризм является крупнейшей отраслью в секторе услуг Малайзии, а туристическая отрасль – вторым наиболее важным сектором экономики Малайзии после нефтегазового с точки зрения валютных поступлений. За последние 30 лет туристический сектор давал наибольший вклад в рост ВВП страны. В частности, в 2015 году он обеспечил более 7% новых рабочих мест и 89 млрд. малайзийских ринггит валютных поступлений. В 2011-2012 гг. Малайзия входила в Топ-10 стран по количеству принятых иностранных туристов.

Государственная политика Малайзии направлена на то, чтобы предоставлять высококачественный международный туристический и инфраструктурный продукт. Национальная стратегия развития туризма в Малайзии, в частности, имеет своей целью:

- диверсификацию туристического продукта и повышение качества предоставляемых услуг в соответствии с пожеланиями туристов;

- продвижение туристического продукта и услуг на местном и международном рынках;

- привлечение частных инвестиций в развитие инновационного туристического продукта.

Развитие туризма является одним из приоритетов для пятилетних планов социально-экономического развития Малайзии. В частности, туризм является одним из 12 ключевых секторов в Программе экономической трансформации (ЕТР). В рамках данной программы разработан ряд приоритетных проектов по развитию туризма, имеющих своей целью обеспечить:

- приемлемую стоимость туристических услуг;

- организацию туристических маршрутов «Приключения на природе»;

- организацию туристических маршрутов для семейного отдыха;

организацию участия туристов в международных выставках, спортивных состязаниях и культурных мероприятиях;

развитие делового и оздоровительного туризма.

Органом государственного управления, ответственным за развитие туризма в Малайзии является Министерство культуры и туризма, которое было создано в 1987 году. В 1992 году был создан Малазийский Совет по развитию туризма, который отвечает за развитие международного туризма и продвижение малазийских туристических брендов на международный рынок.

В 1971 году Федеральным правительством в рамках Общей стратегии развития туризма были сформулированы 4 направления развития туристической деятельности:

увеличение числа туристических направлений и туристического сервиса в каждом штате для поощрения туризма между приграничными штатами;

развитие туристических направлений и туристической инфраструктуры вдоль основных дорог для местных и иностранных туристов;

опережающее развитие туристических направлений и инфраструктуры Северной и Южной части полуостровной Малайзии;

развитие воздушного сообщения внутри штатов Сабах и Саравак и между ними.

В 1992 году Министерством культуры и туризма была разработана Малазийская Национальная политика по туризму. Этот документ включает необходимые принципы и методы управления развитием туризма. Экотуризм был определен в качестве одного из устойчивых и перспективных направлений развития туризма в природных зонах, таких как нагорья, прибрежные районы, морские парки.

Правительством Малайзии были приняты различные меры для защиты окружающей природной среды и ресурсов в интересах развития туризма. Среди них Закон о защите дикой природы 1972 года; Закон о Национальных парках 1980 года; Закон о рыболовстве 1985 года; Национальный закон о Лесном хозяйстве 1984 года и морских Парках Малайзии 1994 года. Эти законодательные акты играют важную роль для устойчивого развития туризма в стране.

Одиннадцатый план развития Малайзии (2016-2020 гг.) также содержит вопросы интенсификации туристической деятельности. Документ предусматривает реализацию новых инициатив и проектов в области развития туризма, совершенствование управления существующими туристическими направлениями и предполагает сосредоточиться на проведении широкомасштабных рекламных кампаний. В течение этого периода Малайзия планирует сохранить свои позиции в топ-10 стран мира по объемам получения прибыли от туристической деятельности.

Основные инициативы по развитию туризма включают в себя:

1) создание туристических кластеров;

2) привлечение частного сектора и создание частно-государственных партнерств в сфере туризма;

3) улучшение контента туристических сайтов;

4) увеличение числа рекламных мероприятий, в которых участвуют национальные турфирмы за рубежом;

5) содействие инициативам частных компаний, акцент на уникальность предлагаемого туристического продукта.

Планом предусмотрено проведение научных исследований и образовательных инициатив в области туризма и развития людских ресурсов для туристического сектора.

На развитие туризма государство выделяет средства в рамках пятилетних планов: с 2001 по 2005 гг. – 288 млн. долл. США, с 2006 по 2010 гг. – 527 млн. долл.

США. Создан венчурный фонд в размере 50 млн. мал. ринггит. Для малазийских туроператоров предусмотрено 100% освобождение от уплаты налога на прибыль в течение трех лет (до 2018 г.). Для туристов из ряда стран, включая Россию, введен безвизовый режим (1 месяц), организована выдача виз в режиме «онлайн» для туристов из КНР, Канады, США, Непала и Шри-Ланки. К середине 2016 года планируется организовать выдачу виз через Интернет.

По результатам реализации плановых мероприятий ожидается, что до конца 2020 г. Малайзию посетят 36 млн. туристов, что позволит получить прибыль в объеме 168 млрд. мал. ринггит (38,4 млрд. долл. США). Планируется, что в данном секторе будет создано 2,34 млн. рабочих мест. Малайзия нацелена на получение места в первой десятке стран с точки зрения привлечения иностранцев. Для достижения этой позиции Малайзия акцентирует внимание на привлечение в страну туристов как мусульманского, так и немусульманского вероисповедания.

Информация МИД России

Вопросами развития туризма занимается созданное при Министерстве туризма и культуры правительственное агентство «Туризм Малайзии», осуществляющее свою деятельность совместно с местными неправительственными организациями и ассоциациями. Государственная поддержка туристической отрасли заключается в основном в организации на территории Малайзии различных фестивалей и карнавалов (молодежных, фольклорных, музыкальных, танцевальных, народных ремесел и др.), а также поддержке частных компаний.

Так, например, для малазийских туроператоров предусмотрено полное освобождение от уплаты налога на прибыль в течение 3-х лет с момента регистрации. В интересах развития экологического туризма Правительством инициирован ряд законодательных актов, среди них: «О защите дикой природы», «О Национальных парках», «О рыболовстве», «О лесном хозяйстве» и «О морских парках Малайзии». В отдельное направление выделен оздоровительный туризм (его курирует созданный по инициативе Министерства здравоохранения Совет по оздоровительному туризму).

Реализуется Программа по развитию студенческого туризма, предусматривающая создание в средних школах сети студенческих туристических клубов в целях организации поездок учащихся к национальным историческим памятникам и культурным центрам.

Внутренние туристические услуги предоставляются гражданам Малайзии местными турфирмами на коммерческой основе и, как правило, не регламентируются какими-либо законодательными актами или правительственными постановлениями. Госслужащим предоставляются скидки (до 20–30% от действующих тарифов) на проживание в крупных сетевых гостиницах.

Социальная поддержка неимущих и малообеспеченных слоев населения оказывается Правительством либо напрямую путем реализации целевых программ Департамента социального развития при Министерстве по делам женщин, семьи и общества, либо через содействие специализированным неправительственным организациям и фондам (Ассоциации ветеранов Малайзии, Обществу пенсионеров государственной службы, Ассоциации инвалидов и др.), основными источниками финансирования которых являются пожертвования со стороны частных и институциональных спонсоров.

Марокко

Информация Минэкономразвития России

Доля туристического сектора в общем ВВП Королевства Марокко составляет 8%. Учитывая социально-экономическую важность развития туризма, официальные марокканские власти уделяют значительное внимание развитию туристической отрасли, в частности, развитию внутреннего туризма. В 2010 г. была утверждена Национальная стратегия развития туризма «Визьон 2020» (Vision 2020), рассчитанная на 10-летний период. Согласно указанной комплексной межведомственной программе, за период 2010-2020 гг. предполагается увеличить объем услуг и доходов внутреннего туризма в три раза.

Задачи по развитию внутреннего туризма зафиксированы в субпрограмме «Визьон 2020» – стратегии «Биляди» (Biladi). Основной задачей программы «Биляди» является развитие национального туристического предложения, адаптированного к социально-культурным особенностям внутреннего туризма, а также учитывающего невысокую покупательную способность большинства марокканского населения.

В этой связи принципиальное внимание в плане реализации программы «Биляди» уделяется развитию соответствующей инфраструктуры – «бюджетных» гостиничных комплексов в наиболее востребованных с точки зрения внутреннего туризма регионах Королевства (т.н. «комплексы Биляди»), а также адаптированных рекреационных зон и туристических кемпингов на открытом воздухе («villages de vacances»).

За реализацию программы «Биляди» на местном уровне отвечают 8 региональных Агентств по развитию туризма (Agences de developpement touristique, ADT). Общая координация осуществляется межведомственной Высокой комиссией по туризму (Haute autorite du tourisme, HAT).

Законодательное регулирование финансирования вышеуказанных инициатив является предметом разработанных для каждого региона «дорожных карт», утверждаемых Министерством туризма Марокко и руководством регионов с учетом таких факторов, как наличие/отсутствие соответствующей туристической инфраструктуры, инвестиционный потенциал региона, необходимость увеличения численности сотрудников гостинично-ресторанного комплекса в регионе и развития их профессиональных компетенций и проч.

Кроме того, в качестве меры по стимулированию внутреннего туризма, начиная с 2016 г. планируется введение в использование так называемых «отпускных чеков» (cheques-vacances). Эмиссию «отпускных чеков» будет осуществлять Национальная конфедерация туризма Марокко для дальнейшего распространения частными и государственными организациями среди собственных сотрудников со скидками в зависимости от социальных льгот и других обстоятельств. Владельцы чеков смогут оплачивать ими туристические услуги и питание в аффилированных с программой туристических заведениях. Отпускные чеки не будут облагаться налогом на прибыль.

Пакистан

Информация Минэкономразвития России

Туризм как отрасль в Пакистане начал законодательно оформляться с 70-х годов XX века. Основными документами, регулирующими туристическую деятельность, являются: Закон о деятельности отелей и ресторанов от 1978 г. (The

Pakistan Hotels and Restaurants Act, 1976), Закон о деятельности туристических агентств от 1976 г. (The Travel Agencies Act, 1976) и Правила работы туристических агентств от 1977 г. (The Travel Agencies Rules, 1977).

Министерство по делам туризма было создано в 1972 г. и упразднено в 2011 г. На сегодняшний день вопросы развития туризма в Пакистане находятся в ведении государственной Корпорации по развитию туризма Пакистана (Pakistan Tourism Development Corporation, www.tourism.gov.pk), созданной в 1970 г. Корпорация через региональных представителей обеспечивает сохранность объектов культурного и исторического наследия, контролирует работу частно-государственной сети гостиниц, расположенных в туристических зонах страны, график автобусных туристических маршрутов из Пакистана в Китай и Индию, вопросы визовой и организационной поддержки туристических групп – альпинистов и индивидуальных туристов.

Основной объем инвестиций в развитие туризма в Пакистане делается частным сектором и направлен на развитие туристической инфраструктуры. При этом главным сдерживающим фактором в развитии туристической отрасли по-прежнему остается вопрос обеспечения безопасности туристических маршрутов.

Согласно статистическим данным, за период с 1994 по 2014 гг., максимальное количество иностранных туристов посетило Пакистан в 2010 г. (более 900 тыс. человек), минимальные показатели датируются 2014 г. и составляют около 200 тыс. человек.

Республика Корея

Информация Минэкономразвития России

Туристическая деятельность в Республике Корея (РК) регулируется законом «О развитии туризма» («Tourism Promotion Act»), Указом Президента РК «Об исполнении закона о развитии туризма» и законом «О фонде продвижения и развития туризма» (Tourism Promotion and Development Fund Act).

В соответствии со ст. 2 Указа Президента РК «Об исполнении закона о развитии туризма» туристический бизнес Республики Корея подразделяется на бизнес по направлению туристов из РК за границу и внутренний туризм, который рассчитан на туристов из РК, путешествующих внутри страны. Внутренний туризм в свою очередь подразделяется на категории, перечисленные в ст. 3 закона РК «О развитии туризма».

Статьей 49 закона РК «О развитии туризма» предусмотрена разработка Министерством культуры, спорта и туризма РК генерального плана общенационального развития туризма (далее – генеральный план), который разрабатывается в целях координации эффективного развития и управления туристическими ресурсами и включает следующие пункты:

- вопросы, касающиеся общих условий и тенденций национального туризма;
- вопросы, касающиеся спроса и предложения для туризма в РК;
- вопросы, касающиеся защиты, развития, использования и управления туристическими ресурсами;
- вопросы, касающиеся создания туристических зон;
- вопросы, касающиеся основных направлений развития туризма для каждой туристической зоны;
- прочие вопросы, необходимые для развития туристических ресурсов.

Каждый губернатор должен разработать план развития своей туристической зоны, который должен содержать пункты:

вопросы, касающиеся условий и тенденций туризма в регионе;
 вопросы, касающиеся спроса и предложения на туризм в регионе;
 вопросы, касающиеся защиты, развития, использования и управления туристическими ресурсами;
 вопросы, касающиеся развития, переустройства, дополнения туристических направлений и туристических комплексов;
 вопросы, касающиеся оценки производительности туристических курортов и туристических комплексов;
 вопросы, касающиеся связи различных туристических направлений;
 вопросы, касающиеся продвижения туристических проектов;
 вопросы, касающиеся охраны окружающей среды;
 прочие вопросы, необходимые для развития, управления и оценки туристических ресурсов в регионе.

Для продвижения внутреннего туризма в 2014 году Президент РК отметила, что развитый внутренний туризм является основой для развития зарубежного туризма, привлечения большего числа иностранцев в РК. Она отметила, что внутренний туризм следует стимулировать путем введения альтернативных систем праздничных дней и разработки различных туристических программ. Она также подчеркнула, что туризм является одним из пяти секторов услуг, которому будет оказано содействие в рамках ее трехлетнего экономического инновационного плана, о начале которого объявлено в начале 2014 года. Была отмечена важность ведения туристической политики, которая позволит учитывать индивидуальные особенности каждого региона и потребности туристов. В то время как отсутствие дифференцированных продуктов препятствует развитию туризма в стране. Президент РК отметила растущий спрос на аграрный, экологический туризм.

Граждане Республики Корея ежегодно тратят на внутреннем туристическом рынке 24 трлн. вон (22,1 млрд. долл. США), что приводит к созданию продуктов на сумму более 39 трлн. вон и около 500 000 рабочих мест.

В 2014 году Президент Кореи Пак Кын Хе объявила о проведении «Осенней недели туризма», которая призвана активизировать отечественный туризм, что может стимулировать повышение спроса и увеличение количества рабочих мест. Данная общенациональная кампания проходила с 25 сентября по 5 октября 2014 года.

Среди льгот, предоставляемых туристам в период проведения данной акции, можно отметить следующее. Государственная железнодорожная компания KORAIL снизила на 20% цены на билеты на регулярные и туристические поезда в будние дни. Крупнейший оператор РК автобусных междугородних перевозок, Kumho, предоставляла скидку в 30% на 5 и 7-дневные автобусные туры. Одна из крупнейших автозаправочных сетей Кореи SK Energy предоставила скидку в 1,9 долл. США туристам, которые приобретают бензин на 70 автозаправочных станциях, расположенных рядом с популярными туристическими местами. Около 180 отелей, курортов и других объектов для размещения туристов также приняли участие в кампании путем снижения цен на комнаты до 60%. Почти 1600 ресторанов по всей стране снизили цены на меню. Кинотеатры, магазины, кафе и другие предприятия розничной торговли также присоединились к общенациональному мероприятию по активизации туризма. Муниципальные власти разработали порядка 156 экскурсионных программ с целью привлечения большего числа туристов в свои регионы. В столице Республики Корея, г. Сеуле, цены на входные билеты во дворцы и другие популярные туристические места были снижены в два раза.

Подобные акции в Республике Корея проводятся на регулярной основе.

Информация МИД России

Основными законодательными актами Республики Корея (РК) в области туризма являются законы «О туризме» и «О поощрении туристской деятельности».

Специальных законов в отношении внутреннего туризма в Южной Корее не существует. Вместе с тем некоторые положения вышеупомянутых актов включают меры, направленные на стимулирование развития внутреннего туризма. В частности, в соответствии со статьей 48 «Закона о поощрении туристской деятельности» Министерство культуры, спорта и туризма РК координирует работу региональных властей по обустройству туристических маршрутов, организации тематических фестивалей, выставок, ярмарок и созданию рекреационных районов. Для этих целей составляются специальные бизнес-планы, выделяются финансовые средства из центрального бюджета.

В 2014 г. Правительство РК приступило к осуществлению трехлетнего плана по стимулированию развития внутреннего туризма, для реализации которого предусмотрены следующие мероприятия.

В связи с особенностями местного законодательства (корейцы имеют в среднем не более семи оплачиваемых отпускных дней в году) граждане РК пользуются правом на дополнительный отдых в период праздничных и нерабочих дней (т.н. «недели внутреннего туризма»). Кроме того, на предприятиях, в вузах и школах проводятся кампании по популяризации группового внутреннего туризма с предоставлением различных скидок на транспортные расходы и проживание. Существенные скидки предоставляются наиболее уязвимым социальным слоям населения (дети, молодежь, пенсионеры, инвалиды).

Планируется также возобновить хорошо зарекомендовавшую себя в РК практику проведения «Годов посещения региона (провинции)».

Важной составляющей упомянутого плана является модернизация и расширение транспортной и рекреационной инфраструктуры, которая предполагает увеличение протяженности скоростных шоссе и благоустройство пунктов отдыха на них, реконструкцию провинциальных автодорог, совершенствование сети железных дорог. Кроме того, предполагается увеличение регулярных авиарейсов внутри страны, дополнительное строительство аэропортов местного значения.

В отдельное направление внутреннего туризма выделено создание тематических туристических маршрутов по железной дороге (сейчас их насчитывается около 20) продолжительностью от одного до трех дней с отдельными экскурсиями по городам и провинциям страны. Для этих целей выделяются специальные железнодорожные составы с комфортабельными вагонами.

Широко практикуются программы экологического туризма, предлагающие посещение национальных парков. Планом предусмотрено увеличение туристических маршрутов в деревенские поселения с предоставлением возможности для горожан окунуться в атмосферу провинции и приобретения производимой там сельхозпродукции по выгодным ценам.

В целях популяризации внутреннего туризма в столице и крупных городах РК регулярно проводятся туристические выставки и ярмарки. В частности, в сентябре 2015 г. в Сеуле была организована туристическая выставка «Сеул Трэвел МЭП». Для привлечения туристов из других городов крупные универмаги по всей стране проводят массовые распродажи.

Как представляется, развитие внутреннего туризма в РК относится к приоритетам политики центральных властей, направленной на развитие региональной экономики, а также ознакомление местного населения с особенностями своей страны, ее природой и историей.

Таиланд

Информация Минэкономразвития России

Основным законом, содержащим нормы, которые регламентируют государственное регулирование в сфере туризма, является «Закон о Туристическом Управлении Таиланда», принятый в 1979 г. В указанном Законе сформулированы принципы создания государственного Туристического Управления (Tourism Authority of Thailand); задачи, стоящие перед ним; источники финансирования его деятельности, в том числе субсидирование из госбюджета; процедура назначения Совета директоров; функции Совета директоров; процедура назначения и обязанности Генерального директора и заместителя Генерального директора Управления.

Основной туристический закон Таиланда не содержит нормы, непосредственно регулирующие развитие внутреннего туризма в стране. Однако, этому вопросу уделяется постоянное внимание со стороны государства. В конце 2011 г. Кабинет министров Таиланда принял «Генеральный план развития национального туризма в 2012-2016 гг.», цель которого – превратить Таиланд в одно из пяти самых привлекательных туристических направлений в Азии. Для достижения этой цели государство сосредоточило свою деятельность на пяти следующих стратегических направлениях:

- совершенствование логистической инфраструктуры, связанной с внутренним и международным туризмом;

- развитие и реконструкция мест, привлекательных для туристов, улучшение законодательной базы и правил, дающих возможность привлечения большего количества туристов;

- создание креативной экономики, в соответствии с 11-ым Национальным планом социального развития на 2012–2016 гг. (11th National Economic and Social Development Plan, 2012-2016); реализация новых проектов и видов обслуживания, которые позволят расширить спектр туристических услуг, а также задействовать большие людские ресурсы данной отрасли;

- совершенствование положительного образа Таиланда в сознании уже посетивших страну туристов с целью их повторного привлечения в Королевство;

- широкое использование частного сектора, гражданского общества и местных администраций при выполнении государственной туристической программы.

Инвесторам, вкладывающим средства в туристическую отрасль, Совет по инвестициям Таиланда (BOI) предоставляет различные стимулы, такие как налоговые льготы и снижение импортных пошлин на товары, необходимые для создания объектов туристической индустрии. Правительство Таиланда полагает, что потенциал туротрасли, дающей около 20% ВВП страны, достаточно высок, и ее вклад в экономику Таиланда в ближайшие годы может увеличиться.

В июне 2015 г. в Бангкоке состоялось совещание с участием руководителей Ассоциации внутреннего туризма (Inbound Travel Association), Туристического Управления Таиланда (Tourism Authorities of Thailand), Ассоциации Эко-туризма и путешествий (Thai Eco-tourism and Adventure Travel Association), Таиландской ассоциации регионального туризма (Thai Association of Provincial Tourism), целью которого было обсуждение мер по расширению внутреннего потока туристов в стране во время как низкого, так и высокого туристических сезонов. По итогам совещания с целью поддержки внутреннего туризма в Королевстве началась специальная акция «Один пакет – одна цена», которая включала в себя путешествия в различные регионы Таиланда: Самуи, Сурат Тхани, Након Си Таммарат, Пхукет,

Краби, Хатъй и Сонгкла. Для привлечения внимания туристов к этим районам, разработан особый туристический пакет «три дня – две ночи», в который входило проживание в 4-х звездочном отеле, питание и даже прокат автомобиля, причем стоимость всего пакета не превышала 3 тысяч бат (75 евро).

Примером стимулирования внутреннего туризма для молодого поколения может также служить маркетинговая кампания, разработанная Туристическим Управлением Таиланда, нацеленная на активизацию внутреннего туризма среди тайской молодежи (студентов, школьников и молодых семей), проживающей в крупных городах и только начинающих свою профессиональную деятельность. Эта программа призвана помочь молодым специалистам и студентам путешествовать по стране с минимальными затратами, что, как правило, является важным фактором при выборе молодежью места отдыха. Туристическое Управление Таиланда выпустило специальные путеводители с информацией о наиболее интересных местах для посещения и «бюджетными» вариантами стоимости питания и проживания. Маркетинговая программа внутреннего туризма для молодых специалистов и студентов состоит из 4-х пакетных предложений, стоимость которых составляет от 15 до 60 евро. К этой кампании подключился национальный авиаперевозчик Таиланда – «Тайские авиалинии» (Thai Airways), который предложил специальные цены для молодежи на перелеты внутри страны, а также туристические пакеты со скидками, пропагандирующие «семейный туризм» и включающие не только перелет, но и проживание в гостинице с завтраком по схеме «три дня – две ночи». Вышеуказанная таиландская государственная авиакомпания рекламирует тематические туры в различные регионы страны, предоставляя значительные скидки на авиаперелет (до 30%) и проживание в гостинице (до 50%). Подобные акции «три дня – две ночи» проводятся регулярно не только для молодежи, пожилых людей, но и для корпоративных клиентов и осуществляются, как правило, в так называемый «низкий сезон», когда приток туристов из-за рубежа заметно уменьшается.

Информация МИД России

В Таиланде основной акцент делается на развитие въездного туризма – в 2015 г. эту страну посетило более 29 млн. иностранных туристов, доходы туристической индустрии составили около 62 млрд. долл. США. Тем не менее, в стране существуют и наработки, стимулирующие развитие внутреннего туризма. Так, цены на билеты для посещения туристических достопримечательностей для местных жителей намного ниже, чем для иностранцев (в ряде случаев предусмотрено бесплатное посещение). Действует также льготный режим для операторов, организующих туры для граждан страны в недорогие зоны отдыха (пляжно-морские и горные заповедники). В периоды государственных праздников таиландцы имеют возможность на бесплатный проезд на автобусах и поездах до мест отдыха и обратно.

В 2015 г. реализовывалась утвержденная Правительством пилотная программа, согласно которой местные туристы получали налоговые льготы путем вычетов из расходов на приобретение туров и проживание в гостиницах (на сумму до 420 долл. США). С учетом успешной практики власти страны планируют продлить ее действие, повысив лимиты налоговых вычетов до 1400 долл. США.

Принята также программа «Один район, один продукт», направленная на развитие местных промыслов и ремесел. В соответствии с данным проектом местное население имеет возможность получить с пониженной процентной ставкой кредит (вплоть до беспроцентного) на создание туристической инфраструктуры, например, строительство малых отелей, небольших зон отдыха.

Турция

Информация Минэкономразвития России

Законодательное регулирование стимулирования развития внутреннего туризма, в том числе социального (для детей, молодежи, многодетных семей, пенсионеров, инвалидов и др.) в Турецкой Республике отсутствует. Однако существует Стратегия развития туризма в Турецкой Республике до 2023 года, принятая решением Верховного Совета Планирования от 28.02.2007 г. № 2007/4, на основании которой планируется создание в Министерстве культуры и туризма Турецкой Республики Департамента развития внутреннего туризма. На сегодняшний день вышеуказанный департамент не создан.

Стратегия содержит в себе лишь общие организационные нормы и нормы отсылочного характера, на основании которых впоследствии, возможно, будут урегулированы рассматриваемые направления туристического сектора.

Филиппины

Информация МИД России

Законодательство Филиппин не делает различий между внутренним и въездным туризмом. Основными нормативными правовыми актами, регулирующими деятельность туристической отрасли, являются «Закон о туризме» 2009 г., а также циркуляры Минтуризма и другие нормативные акты, определяющие порядок предпринимательской деятельности в этой сфере. Льготы для отдельных социальных категорий предоставляются на основе общих норм гражданского законодательства.

ЮАР

Информация Минэкономразвития России

Туристическая отрасль играет в экономике ЮАР важную роль, является довольно развитой и имеет большой потенциал дальнейшего роста. Так, ее вклад в ВВП страны составляет более 3%, при этом доля внутреннего туризма превышает 55% от общей прибыли индустрии.

Одновременно с этим руководство страны уделяет значительное внимание программам по улучшению качества предоставляемых услуг и привлечению таким образом дополнительного количества отдыхающих как из-за рубежа, так и из числа жителей Южно-Африканской Республики.

При этом деятельность туристической сферы регулируется рядом документов, основными из которых являются «Законы о туризме» (The Tourism Act) 1993 и 2014 гг.

Одним из драйверов повышения социально-экономических показателей страны Правительство ЮАР считает развитие внутреннего туризма, осуществляемое в рамках «Стратегии роста внутреннего туризма» (Domestic Tourism Growth Strategy) на период с 2012 по 2020 гг. Документ определяет цели и задачи отрасли, регламентирует деятельность различных участников, включая государственные и частные структуры, и распределяет обязанности и ответственность за исполнение положений акта между ними, представляя собой своего рода «дорожную карту».

Основными целями стратегии являются:
увеличение прибыли;

повышение количества отдыхающих;
расширение географии туристических маршрутов в соответствии с сезонными факторами;
развитие культуры туризма у населения ЮАР.

Итогом достижения указанных целей должно стать увеличение вклада внутреннего туризма в общую прибыль рекреационной сферы до 60% к 2020 г.; рост количества поездок с 30,3 млн. в 2009 г. до 54 млн. в 2020 г.; создание дополнительно 34% койко-мест в дополнение к 128,4 млн. имевшихся в распоряжении организаций отрасли в 2009 г.; повышение посещаемости курортных зон в Северо-Западной и Западной Капской провинциях на 5%, а в Мпумаланге, Лимпопо и Свободном Государстве на 20% соответственно.

Для достижения указанных целей определены конкретные меры и ответственные за их исполнение структуры. При этом задачи по общему администрированию процесса имплементации Стратегии возлагаются на Министерство туризма ЮАР. Кроме того, в зависимости от характера и направленности мероприятий предполагается подключение к ним профильных государственных ведомств федерального, регионального и муниципального уровней и частных организаций. К их числу относятся: Казначейство, Министерство искусств и культуры, спортивные и туристические ассоциации, провинциальные власти, муниципалитеты, музейные сообщества, маркетинговые агентства, представители крупного, среднего и малого бизнеса, общины коренных жителей Южно-Африканской Республики и др.

Отдельное место в Стратегии занимает маркетинговая кампания по продвижению внутреннего туризма среди различных слоев населения. Планируется, что отдых должен быть доступен для граждан с минимальным бюджетом на рекреационные нужды в районе 5 тыс. рандов в месяц (около 330 долл. США). Также авторы Стратегии разделяют потенциальных потребителей услуг на пять групп по возрастному, этническому и материальному признаку, а также их целевым предпочтениям. При этом акцент делается на создание максимально комфортных условий для всех жителей ЮАР, подпадающих под эти критерии.

График имплементации включает в себя рекомендации по достижению целей Стратегии для различных органов и структур отрасли, а также временные рамки. При этом за точку отсчета приняты показатели 2009 г., а полная реализация плана предполагается к 2020 г. Ежегодно проводится анализ достигнутых результатов, в ходе которого предусматривается возможность внесения коррективов в задачи и пересмотр сроков их решения.

Документ также определяет социально-экономические и политические условия, необходимые для полноценного воплощения планов развития внутреннего туризма, и ключевые факторы, от которых во многом зависит успешность выполнения положений Стратегии и достижение ее целей.

К таким условиям относятся:

устойчивый рост экономики и правильное распределение доходов;
стабильная политическая ситуация в ЮАР;
наличие государственных частных инвестиций в инфраструктурные проекты;
модернизация транспортной системы;
эффективное и надежное сотрудничество между государственными и частными структурами и обществом;
доступность человеческих и финансовых ресурсов;
выделение развития туристической отрасли в ряд приоритетных задач Правительства ЮАР.

Ключевыми факторами при этом являются:

плотное взаимодействие между вовлеченными в туристическую индустрию сторонами, включая прессу, работников отрасли и местных жителей;

обеспечение наряду с достижением маркетинговых целей конкурентоспособных цен, доступа к информационным ресурсам, простоты покупок и качества отдыха;

доступность и приемлемая стоимость проезда по маршрутам к местам проведения отдыха;

расширение кампании по продвижению бренда внутреннего туризма;

приоритетность сосредоточения усилий на развитии внутреннего туризма в районах, обладающих для этого наибольшим потенциалом;

повышение роли туристических агентов, банковских продуктов, Интернет-сайтов и приложений для мобильных телефонов в маркетинговой деятельности;

более тесное сотрудничество в области сбора статистической информации между игроками рынка;

обеспечение механизмов наблюдения, оценки и отчетности о деятельности отрасли.

При этом мониторинг и оценку эффективности реализации программы планируется осуществлять в ходе отраслевых форумов.

Япония

Информация Минэкономразвития России

Японское Правительство рассматривает туризм как одну из основных отраслей экономики страны, которая, в том числе, играет важнейшую роль в деле восстановления регионов, пострадавших в результате природно-техногенной катастрофы марта 2011 г.

Развитие туризма определено в качестве одного из главных направлений национальной стратегии оживления экономики. С 2007 г. действует Базовый Закон Японии «О развитии туризма» № 117 от 2006 г. (Tourism Nation Promotion Basic Law; далее – Закон). Основная цель Закона – способствовать развитию всех видов туризма: внутреннего (японцев внутри страны), путешествий японцев за границу и привлечению иностранных туристов в Японию.

Согласно статье 10 Закона Правительство каждые пять лет принимает Базовый План развития туризма (Tourism Nation Promotion Basic Plan; далее – План). Действующий в настоящее время План был утвержден постановлением Правительства Японии от 30 марта 2012 г. на период 2012-2016 фин. гг. (финансовый год начинается в Японии 1 апреля текущего года и заканчивается 31 марта следующего года).

Реализует План Министерство государственных земель, инфраструктуры, транспорта и туризма Японии через созданное при нем в октябре 2008 г. специально для развития туризма Японское агентство по туризму (Japan Tourism Agency; <http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>).

Согласно Плану в 2016 г. оборот по внутреннему туризму должен составить 30 трлн. иен в год (в 2010 г. эта цифра равнялась 25,5 трлн. иен в год), а количество ночевки на одного туриста, проводимых им в путешествии по Японии, должно составить 2,5 ночевки в год (в 2010 г. этот показатель составлял 2,12 ночей). Уровень удовлетворенности туристов должен достичь следующих показателей: из 100% туристов 25% должны быть удовлетворены полностью и запланировать повторную поездку, 25% должны быть удовлетворены настолько, чтобы выразить желание вернуться еще раз.

Правительство предлагает следующие меры по укреплению внутреннего туризма:

- повсеместная реклама существующих туристических зон, включая горячие источники, которыми славится Япония;

- создание новых привлекательных туристических зон;

- работа местных органов власти по развитию туристических зон на своих территориях;

- развитие транспортной сети, повышение ее комфортабельности, доступности и удобства пользования. В этом должны помогать региональные транспортные Бюро (District Transport Bureau).

При этом подразумевается, что в работе над поставленными задачами национальные и региональные органы власти должны работать вместе. Как указано в Плате, правительственные организации, такие как министерства, государственные агентства, Японская национальная туристическая организация (Japan National Tourism Organization) должны объединить свои усилия с местными правительствами, организациями, связанными с туризмом и транспортом, включая Японскую ассоциацию путешествий и туризма (Japan Travel and Tourism Association), а также с коммерческими структурами, работающими в области транспорта и туризма.

В части поддержки развития социального туризма Правительство особое внимание уделяет молодежному туризму. На заседании правительственного Совета по развитию туризма по подведению итогов за 2014 финансовый год, состоявшемся в июне 2015 г., было принято решение в 2015–2016 гг. направить основные усилия на стимулирование внутреннего туризма школьников и студентов. С этой целью принимаются меры по улучшению информирования молодежи об истории и культуры страны. Также рекомендовано оказывать содействие туристическим агентствам в создании новых молодежных туристических продуктов, связанных с социальными темами, такими как экология, энергетика и т.д.

Японское агентство по туризму разработало специальную премию для туристических агентств за создание оригинальных туристических продуктов специально для молодежи. Эта премия вручается каждый год в сентябре 10 лучшим туристическим агентствам, отобранным из числа агентств, подавших заявки на участие. Те агентства, которые не получили премию, но приняли участие в конкурсе, заносятся в специальный список рекомендуемых к сотрудничеству агентств.

Информация МИД России

Основным нормативным актом, определяющим направления развития туристической отрасли, является принятый в 2006 г. «Основополагающий акт о продвижении туристического государства».

Документ ставит целью достижение статуса «туристическое государство» путем реализации всеобъемлющих и систематических мер по повышению туристической привлекательности как для иностранного, так и для внутреннего туриста. Тем самым, по замыслу японских законодателей, будет внесен существенный вклад в развитие национальной экономики, обеспечение стабильности уровня жизни населения страны и углубление взаимопонимания между государствами.

В рамках реализации данного закона Агентство по туризму Японии (Japan Tourism Agency, JTA) разрабатывает специальный 4-летний план, в котором фиксируются конкретные, краткосрочные цели в цифровом выражении и способы их достижения. Так, например, в Плате на период 2007–2011 гг. ставились следующие задачи: повышение за указанный период ежегодных трат японских граждан на внутренний туризм до 30 трлн. иен (300 млрд. долл. США); обеспечение роста

количества ежегодно принимаемых Японией международных конференций более чем на 50% (до 252); увеличение средней продолжительности туристических поездок японцев по стране до пяти дней. Из поставленных целей к 2011 г. был выполнен лишь пункт о проведении большего числа международных конференций.

В 2012 г. был принят новый План на период до 2016 г., в котором определены следующие задачи.

Повышение ежегодных трат японских граждан на длительные (более одной ночевки) поездки по стране до 18 трлн. иен (180 млрд. долл. США) и на краткосрочные (без ночевки) поездки до 6,5 трлн. иен (65 млрд. долл.); создание 5,39 млн. рабочих мест в сфере туризма; повышение качества туристических услуг; рост числа проводимых в Японии международных конференций на 50% (до 1110); увеличение средней продолжительности внутренней туристической поездки до 2,5 дней.

Для достижения указанных целей были сформулированы следующие меры:

создание узнаваемого и уникального образа префектур, городов и конкретных достопримечательностей путем выявления их сильных сторон и предпочтений населения, проживающего в относительной близости (ответственность за это возложена на местные власти);

развитие туристической инфраструктуры с целью повышения безопасности и удобства туристов по всей стране. Данная мера предполагает создание доступной информационной базы о достопримечательностях и возможностях организации турпоездок; оказание государственной поддержки исследований и научных дискуссий на туристическую тематику; обновление морально устаревшего гостиничного фонда; реконструкция железнодорожной и автомобильной сетей; повышение уровня квалификации специалистов и работников туристической отрасли; увеличение количества рабочих мест в туристическом бизнесе и повышение престижа работы в данной сфере услуг; изучение и внедрение новейших стратегий туристического маркетинга, таких как MICE-маркетинг (meetings-incentives-conferences-exhibitions), являющихся областью индустрии делового туризма и связанных с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий.

С целью увеличения длительности турпоездок японских граждан и проведения семейного отдыха предлагается создавать более гибкие условия предоставления отпусков для работников и каникул для школьников и студентов, оказывать содействие сотрудничеству между центрами притяжения туристов (данная мера позволит простимулировать формирование разнообразных тематических туров с охватом сразу нескольких префектур или городов за одну поездку).

Ставится также задача развития инновационного туризма, предполагающего, помимо традиционных культурно-исторического и рекреационного направлений, необходимость тщательного отслеживания тенденций в сфере туристических услуг и развлечений, а также учет потребностей конкретных социальных групп населения (дошкольники, студенты, пенсионеры и др.).

В целом, количество выезжающих за границу значительно превышает количество граждан, отдыхающих на территории своей страны. Следует отметить, что в Японии отсутствует специальное законодательное регулирование вопросов развития социального туризма. Поддержка социально незащищенных категорий населения (дети, молодежь, многодетные семьи, пенсионеры, инвалиды и др.) осуществляется посредством гибкой ценовой политики (в подавляющем большинстве случаев для них действуют льготные тарифы на транспортные перевозки, размещение, входные билеты и т.д.).

СТРАНЫ СЕВЕРНОЙ И ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ

Аргентина

Информация Минэкономразвития России

5 января 2005 года Национальный Конгресс Аргентины принял Национальный Закон № 25.997 «О туризме». Указанный закон был принят в рамках программы, направленной на преодоление кризисных явлений в экономике и стимулирование развития внутреннего туризма.

Данным законом было декларировано, что туризм представляет сферу национальных интересов государства и является общественно-экономической деятельностью, направленной на развитие страны. Туризм рассматривается как деятельность в области экспорта, направленная на получение валюты.

Принятие закона направлено на поощрение, развитие, продвижение и регулирование туристической деятельности с помощью создания механизмов, необходимых для этих целей.

Законом были определены основополагающие принципы, действующие в данной сфере.

Взаимодействие. Обеспечивается путем координации и нормативной интеграции, а также прямого сотрудничества различных органов и организаций, прямо или косвенно связанных с туристической деятельностью.

Общественное, экономическое и культурное развитие. Туризм является общественным и экономическим правом людей, способствующим их развитию и использованию свободного времени, культурному воспитанию личности.

Гармоничное развитие. Туризм развивается в гармонии с природными и культурными ресурсами с целью их сохранения для будущих поколений. Развитие происходит в трех базовых субстанциях: окружающей среде, обществе и экономике.

Качество. Является приоритетным принципом, направленным на улучшение качества туристической деятельности во всех ее областях с целью удовлетворения национальных и международных требований.

Конкуренция. Создание и гарантирование конкуренции в сфере туристической деятельности, а также условий для привлечения национальных и иностранных капиталов.

Доступность. Упразднение барьеров, которые препятствуют развитию туристической деятельности во всех секторах общества.

Законом была сформирована национальная управленческая структура организаций туристического сектора.

Был создан Межведомственный Комитет содействия туризму. Задачами данного Комитета является координация и гарантирование исполнения управленческих функций различными государственными организациями национального уровня, деятельность которых напрямую или косвенно связана с туризмом.

Основным руководящим органом государства в данной области является Секретариат по туризму при Президенте Аргентины.

Секретариат реализует национальную политику государства, связанную с туристической деятельностью, планирует ее в рамках федерального стратегического плана.

Законом был создан Федеральный совет по туризму, который является консультативным органом и созывается, когда это будет считаться необходимым.

На заседаниях Совета рассматриваются вопросы, относящиеся к

организации, координации, планированию, продвижению туристической деятельности на федеральном уровне.

В состав Федерального совета по туризму входят представители разных организаций, связанных с туристической деятельностью, Автономного города Буэнос-Айреса и каждой провинций.

Также был учрежден Национальный Институт по содействию туризму.

Данная организация не является государственной. Ее основной задачей является продвижения, развитие и исполнение планов, программ и стратегий продвижения международного туризма и услуг, напрямую связанных с ним, а также формирование туристического образа страны за границей.

Законом был определен режим финансирования туристической деятельности. Учрежден Национальный Фонд по туризму, который располагает следующими средствами:

- а) суммы, получаемые из центрального бюджета;
- б) налог в 5% от стоимости заграничных пассажирских билетов на воздушный, морской и речной транспорт, проданных или выписанных в стране или за границей для аргентинцев–резидентов с целью их путешествий, которые начинаются на национальной территории;
- в) подарки национального государства, связанные с туристическими целями;
- г) вклады, которые делают провинциальные, муниципальные правительства, а также государство;
- д) проценты, начисления, штрафы и любые другие денежные санкции, связанные с невыполнением настоящего закона и других нормативных актов, принятых в области туристической деятельности;
- е) сборы, связанные с аккредитацией лиц, предоставляющих туристические услуги;
- ж) доходы от обращения ценных бумаг, эмитированных исполнительной властью для развития туризма;
- з) суммы от продажи публикаций и других рекламных материалов, которые издаются органами государственного управления;
- и) суммы от продажи, аренды и предоставления имущества государственных организаций, управляющих данной деятельностью;
- к) национальные налоги и сборы, которые установлены специальными законами и предназначены для развития, продвижения и поддержки туристической инфраструктуры;
- л) другие суммы из внебюджетных источников.

Для развития туристической деятельности законом предусматривается возможность стимулирование данной сферы отношений.

Органы государственного управления могут предоставлять льготы и поощрять осуществление туристических программ и проектов, определяя в каждом отдельном случае обязанности, которые должны принимать на себя льготополучатели, а также устанавливая санкции за неисполнение данных обязанностей.

Согласно закону считаются приоритетными следующие проекты:

- а) с использованием национальных средств производства и материалов;
- б) направленные на увеличение туристического спроса;
- в) стимулирующие развитие национального туризма;
- г) направленные на исследования в областях, связанных с туризмом;
- д) другая деятельность, направленная на выполнение данного закона.

Законом утверждена Национальная программа инвестиций в туризм, которая финансируется за счет государства.

Ежегодно национальными и провинциальными бюджетами

предусматриваются достаточные средства на финансирование туризма.

Компетентным организациям было поручено разработать комплекс мер по защите прав туристов и выработать порядок разрешения конфликтных ситуаций, возникающих в туристической деятельности.

Также законом предложено всем компетентным организациям особое внимание уделять социальному туризму, который охватывает все слои населения страны, включая уязвимые категории населения.

В целях надлежащего исполнения положений данного закона Секретариат по туризму вправе применять к его нарушителям санкции в виде штрафов на суммы до 100 000 песо. Одновременно могут приостанавливаться, отменяться или аннулироваться ранее предоставленные разрешения на туристическую деятельность.

Информация МИД России

В последнее десятилетие в Аргентине ежегодно регистрируется рост показателей развития внутреннего туризма. В соответствии с Национальным законом о туризме 2005 г. и Федеральным стратегическим планом устойчивого развития туризма до 2025 г. развитие внутреннего туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики. Вопросы внутреннего туризма курируют следующие ведомства: Национальный институт развития туризма, Федеральный совет по туризму, Аргентинская туристическая палата, а также Межминистерский комитет по развитию туризма.

С целью стимулирования внутреннего туризма в производственном календаре были установлены так называемые «длинные выходные» (три и более дней). До недавнего времени действовал налог в размере 35% на покупки за рубежом (при условии их оплаты банковскими картами) и приобретение зарубежных турпакетов. Были открыты новые авиамаршруты в отдаленные районы страны.

Наряду с этим в Аргентине активно развивается социальный туризм – за счет государственной поддержки экономически уязвимых слоев населения с целью стимулирования их поездок по стране. Это направление курирует Минтуризма, оказывающее содействие школьникам, пенсионерам и лицам, получающим пособия, семьям с невысокими доходами, студентам с целью обучения и проведения исследований.

Поездки для первых трех категорий организуются в одно из двух специализированных мест отдыха – г. Чападмалаль (провинция Буэнос-Айрес, на побережье Атлантического океана) и г. Эмбальсе (провинция Кордоба) и предусматривают шесть ночей размещения с полным пансионом.

Семьи с невысокими доходами, пенсионеры, а также студенты имеют возможность отдыхать в рамках специальной федеральной программы, предусматривающей 5 ночей размещения с полупансионом в любых других местах отдыха на территории страны.

Туристы, подпадающие под указанные категории, направляют заявление на имя министра туризма Аргентины, по итогам рассмотрения которого госорган утверждает сроки поездки и размер субсидии. Остаточная стоимость турпакета, в том числе транспортные услуги (должны быть приобретены в одной из компаний, аккредитованных Минтуризма Аргентины), оплачивается путешественником в порядке предоплаты.

Бразилия

Информация Минэкономразвития России

Государственное регулирование туристической деятельности в Бразилии осуществляет в пределах своих полномочий федеральный орган исполнительной власти – Министерство туризма, на который возложены функции по проведению государственной политики, нормативному правовому регулированию и оказанию государственных услуг в сфере туризма. В национальную систему развития и регулирования туристической отрасли экономики Бразилии помимо Министерства туризма также включены: EMBRATUR – Бразильский институт туризма (научно-исследовательская государственная структура), Национальный совет по туризму и Национальный форум региональных и муниципальных органов управления туризмом (совещательные институты).

Деятельность бразильской национальной системы развития и регулирования туризма регламентируется Федеральным законом по туризму № 11.771/08 от 17 декабря 2008 года.

Основными государственными документами, определяющими приоритетные направления развития туризма в стране, являются: «Стратегия развития туризма до 2022 года» и «Национальный план развития туризма на период 2013-2016 гг.» (разрабатываются в Министерстве туризма и EBRATUR, рассматриваются на заседании Национального совета по туризму, утверждаются Президентом страны). Конечная цель реализации этих планов сводится к максимальному привлечению средств из частного сектора в туристическую отрасль экономики через поиск взаимовыгодных форм сотрудничества между органами управления различных уровней и отраслевыми ассоциациями частного бизнеса.

Приоритетными направлениями внутреннего туризма в стране считаются: экотуризм, сельский, экстремальный, исторический и культурный, спортивный, деловой, гастрономический, религиозный, курортный туризм. Отдельно отмечены отдых в прибрежных зонах и событийные поездки. Для внутреннего туризма заявлено увеличение до 250 млн. поездок бразильцев по стране в 2016 году.

На федеральном уровне внутренний туризм стимулируется посредством реализации программ по рекламе и отраслевым маркетинговым исследованиям (до 15% бюджета Министерства), по обучению специалистов в сфере туризма (около 22% бюджета Министерства) и по развитию инфраструктуры (около 40% бюджета Министерства). При этом проводится активная деятельность по упрощению процедуры лицензирования предприятий туристического бизнеса. К концу 2016 года Министерство туризма прогнозирует увеличение количества рабочих мест в отрасли на 800 тысяч.

Кроме этого, на региональном и муниципальном уровне органы исполнительной власти в кооперации с местными отраслевыми ассоциациями частного бизнеса составляют детализированные планы развития туристической отрасли, учитывая приоритеты основных национальных документов.

Меры стимулирования в штате Сан-Паулу

В штате Сан-Паулу вопросами стимулирования внутреннего туризма занимается соответствующее Министерство туризма (Secretaria de Turismo, <http://www.turismo.sp.gov.br/>) правительства штата.

В рамках мер по стимулированию внутреннего туризма, в том числе социального, в штате законодательно закреплены пять программ, финансируемых из местного бюджета: CAMINHA SÃO PAULO, TURISMO DO SABER, RODA SP, MELHOR VIAGEM SP, FESTIVAL SABOR de SÃO PAULO.

Программа CAMINHA SÃO PAULO.

Данная программа предлагает участникам попробовать пройти знаковые пешие маршруты видных бразильских исторических и религиозных деятелей на территории штата. Организаторы предлагают маршруты от нескольких десятков до 818 километров пути.

Участники регистрируются на специальном сайте (<http://www.caminhasaopaulo.com.br/>), получают специальные электронные идентификаторы и метки, по которым их друзья и знакомые могут отслеживать местоположение путешественника.

Организацию движения группы и безопасности мероприятия берет на себя правительство штата.

Программа TURISMO DO SABER.

Данная программа ориентирована на учащихся муниципальных учебных заведений. Она подразумевает организованные автобусные путешествия групп школьников дважды в год (в июле и январе) по различным городам штата. Целью является совмещение отдыха, развлечения и обучения молодых людей местной культуре и истории. Путешествие длится не больше пяти дней. Автобус и полицейскую охрану предоставляет штат. Учебную программу и материалы – местные муниципальные власти.

Программа RODA SP.

Посредством данной программы правительство штата содержит парк двухэтажных туристических автобусов, которые передвигаются по маршрутам, соединяющим близкорасположенные города штата, а также перемещаются внутри них около популярных достопримечательностей.

Заплатив 10 реалов (порядка 2 долларов США) пользователь получает электронный билет, действительный в течение 24 часов, который дает ему право неограниченное количество раз в указанный период пользоваться туристическим двухэтажным автобусом. Таким образом, увеличивается охват мест внутри штата, которые турист посещает за один день.

По состоянию на 2015 год функционируют 4 маршрута, соединяющие от 5 до 9 близкорасположенных городов.

Программа MELHOR VIAGEM SP.

Данная программа ориентирована на пожилых людей. Для участия в ней префектуры городов штата формируют списки из 50 человек – участников программы. Ежемесячно 4 такие группы направляются на отдых продолжительностью до одной недели в местные санатории и курорты. Всего правительство штата оплачивает в год 6400 путевок на условии полного пансиона, а также включающих развлекательные программы и медицинские процедуры. При этом транспортные расходы по данной программе несут муниципалитеты.

Участники могут выбрать четыре основных направления путешествия внутри штата.

Программа FESTIVAL SABOR de SÃO PAULO.

Данная программа имеет целью популяризацию гастрономических традиций отдельных регионов штата Сан-Паулу. Проводится в виде фестиваля, состоящего из 15 этапов (по числу макрорегионов штата), а также финала в столице штата. На своем этапе каждый регион представляет порядка 60 блюд, которые оцениваются местными жителями и туристами. Далее четыре лучших блюда попадают в финал, которые проходит в г. Сан-Паулу в ноябре. В 2015 году финал фестиваля привлек порядка 50 тысяч туристов.

Информация МИД России

Туристическая деятельность в Бразилии в настоящее время регламентируется Главным законом о туризме от 17 сентября 2008 г. № 11.771 и рядом подзаконных актов. Этот закон устанавливает нормы для национальной политики в области туризма, определяет права и обязанности федерального Правительства по планированию, развитию и стимулированию туристического сектора, регулирует правила предоставления туристических услуг и контроля качества их исполнения, а также регистрации юридических и физических лиц, работающих в этой отрасли.

Согласно Закону основным органом, отвечающим за планирование, финансирование, регулирование, продвижение, координацию и контроль над туристической деятельностью в стране является Министерство туризма.

Кроме него в Национальную туристическую систему входят:

Бразильский институт туризма – EMBRATUR;

Национальный совет по туризму – CNT;

Секретариаты по туризму правительств штатов (также могут входить соответствующие структурные подразделения администраций микрорегионов и муниципалитетов);

Национальный съезд руководителей Секретариатов по туризму правительств всех штатов и Федерального округа.

Специальным циркуляром Министерства туризма от 26 июля 2011 г. № 130 создан отдельный орган, отвечающий за регистрацию юридических и физических лиц, занятых в области туризма – CADASTUR.

Законом определено, что Министерство туризма должно разрабатывать четырехлетний национальный план по туризму, который утверждается Президентом страны. План в обязательном порядке должен предусматривать направления развития внутреннего туризма, особенно в специфических социальных сегментах (для пожилых людей, молодежи, различных категорий инвалидов) посредством реализации дисконтных программ, а также упрощения перемещения туристов, размещения в отелях и др.

Так, в национальном плане по туризму на 2013–2016 гг. в разделе «Стимулирование бразильцев к поездкам по стране» подчеркивается, что туризм, развлечения и культурное развитие входят в базовую потребительскую корзину бразильского гражданина и являются дополнительными инструментами социальной интеграции не только в плане создания рабочих мест, но и возможности познания собственной страны, всего ее культурного и регионального многообразия. В этой связи ставится задача по наращиванию внутреннего туризма за счет вовлечения в него широких слоев населения посредством выработки системы скидок и доступных предложений. Предполагается, что такие меры должны способствовать развенчанию мифа о том, что туризм является прерогативой исключительно элиты общества.

В соответствии с национальным планом по туризму на 2013–2016 гг. в стране было запущено 6 специальных программ, направленных на стимулирование внутреннего туризма. Выполнение трех из них продолжается в настоящее время.

Так, в рамках кампании «Доступный туризм», предусматривающей расширение возможностей для внутреннего туризма среди различных категорий инвалидов, были проведены следующие мероприятия:

организованы исследования спроса и предложений;

премированы четыре фирмы, работающие в туристическом секторе и имеющие наилучшие результаты по работе с инвалидами;

осуществлена профессиональная переподготовка 8 тысяч сотрудников туристической отрасли с целью повышения качества обслуживания этой категории туристов;

открыта специальная кредитная линия с льготными условиями для представителей частного сектора, намеренных обеспечить благоприятные условия для приема инвалидов;

определены нормативы, правила и условия предоставления туристических услуг лицам с ограниченными возможностями;

создан специальный электронный портал-путеводитель, содержащий полезную информацию для туристов-инвалидов;

профинансирована модернизация 100 объектов туристической инфраструктуры с целью их адаптации под прием инвалидов (в 12 городах, принимавших матчи чемпионата мира по футболу 2014 г.);

проведены три рекламных кампании в ходе международных туристических выставок;

организованы четыре ознакомительных поездки для иностранных журналистов в различные регионы Бразилии.

Другая кампания – «Путешествуй больше в лучшем возрасте» – проводится в целях стимулирования туризма внутри страны среди людей старше 60 лет и пенсионеров. На специальном портале www.viajamaais.gov.br туристы могут найти постоянно обновляющийся список дисконтных предложений от зарегистрированных предприятий туристической отрасли. Выбрав заинтересовавшее его предложение, пользователь может по ссылке пройти на сайт компании, предоставляющей скидки на поездки и осуществить покупку тура. Портал является лишь «витриной» предложений и не оказывает посреднической деятельности, позволяя покупателям самостоятельно согласовывать все вопросы с поставщиком туристических услуг. Первоначально портал предлагал лишь пакеты туристических поездок для пенсионеров и лиц старше 60 лет, а после его модернизации на сайте можно самостоятельно выбрать отдельные необходимые дисконтные услуги (в среднем скидки составляют около 20%): размещение в отелях, переезды, аренда автомобиля, а также бесплатное посещение туристических достопримечательностей. При этом сопровождающие лица также пользуются всеми льготами, как правило, из расчета один сопровождающий на одного льготника. Кроме того, в рамках этой кампании заинтересованные лица данной категории могут получить в двух государственных банках льготные кредиты на осуществление туристических поездок внутри страны или оплатить их частями без процентов.

Еще одна бразильская инициатива по развитию внутреннего туризма стартовала на Международной туристической выставке в г. Сан-Паулу WTM Latin America 2015, которая называется #PartiuBrasil (в вольном переводе – «Поехали по Бразилии»). По инициативе Министерства туризма под таким названием начата широкомасштабная рекламная кампания в социальных сетях Facebook, Instagram, Twitter, Google+, которая заключается в пропаганде различных туристических продуктов и маршрутов. Предусмотрены следующие тематические подразделы: туристические достопримечательности, пляжный отдых, экотуризм, приключения, гастрономия, развлечения. В партнерстве с туроператорами, агентствами и секретариатами по туризму всех штатов страны в социальных сетях размещаются специальные тематические публикации, отзывы, объявления и предложения, направленные на стимулирование туристических поездок по стране. Кроме того, Министерство туризма Бразилии на регулярной основе проводит рекламные кампании в ходе различных туристических выставок, на международных ярмарках и других массовых мероприятиях, где бесплатно распространяется одноименный

журнал Partiu Brasil. Общий бюджет данной рекламной кампании уже превысил 4 млн. бразильских реалов (около 1 млн. долларов США).

Кроме того, многие бразильские газеты, распространяемые по всей стране, на регулярной основе (как правило, раз в неделю) по собственной инициативе публикуют рекламные материалы по различным туристическим направлениям внутри страны.

Венесуэла

Информация МИД России

Наличие у Венесуэлы значительного рекреационно-туристического потенциала позволяет боливарианским властям рассматривать туристическую отрасль как одну из движущих сил экономического развития страны. Туризм обозначен, в числе прочих восьми отраслей, в качестве «мотора» чрезвычайного плана восстановления экономики, принятого венесуэльским Правительством.

Деятельность отрасли регулируется специализированной законодательной базой. В частности, в конце 2014 г. были подписаны три президентских указа, имеющих силу конституционного закона, определяющих юридическую основу и регулирующих стимулирование развития туризма.

Основным нормативным актом является Указ «О туризме» от 18 ноября 2014 г. № 1441. Им определены фундаментальные параметры туристической деятельности в Венесуэле, основные агенты такой деятельности, утвержден перечень услуг в турсфере, а также закреплены нормы, направленные на развитие внутреннего туризма.

В целях повышения доступности туристических услуг для различных социальных групп закон обязывает туроператоров обеспечить все необходимые условия (в т.ч. нанимать соответствующий персонал, а также иметь оборудование и инфраструктуру), позволяющие предоставлять качественные услуги детям, молодежи, пенсионерам и инвалидам.

Для стимулирования развития профильного образования в сфере туризма и внутренней рекреационной инфраструктуры закон устанавливает специальный налог (взимается ежемесячно со всех предприятий туристической отрасли) в размере 1% от общей выручки за предыдущий месяц (при этом отдельно прописано, что этот налог не может быть перенесен на конечного потребителя).

Вместе с тем от упомянутого налога могут быть освобождены компании, которые безвозмездно предоставляют свои услуги лицам, прибывшим из регионов, пострадавших от чрезвычайных ситуаций или природных катаклизмов. Те компании, чьи доходы не превышают 9000 налоговых единиц (условная единица для расчета налогов и штрафов, равна 150 венесуэльским боливарам или, примерно, 24 долл. США, здесь и далее – «н.е.»), освобождаются от уплаты этого налога в течение первых трех месяцев своей деятельности.

Законом предусмотрены штрафные санкции за различные правонарушения, которые могут негативно повлиять на развитие внутреннего туризма в Венесуэле. Так, например, штрафуются (126–500 н.е.) предприятия, в штате которых отсутствуют выпускники специальных учебных заведений туристической сферы, а также компании, не предоставляющие равный уровень услуг всем группам населения, включая социально незащищенные.

Документ также устанавливает низкие тарифы на различные государственные услуги для туристических фирм. Например, получение лицензии на турдеятельность – 3 н.е., повторное подтверждение лицензии (требуется каждые два года) – 1 н.е.,

получение необходимых сертификатов – 30 н.е. и т.д.

Второй важный нормативный акт в этой сфере – Указ «О содействии социально ответственному туризму» от 18 ноября 2014 г. №1442. Данный нормативный акт имеет своей целью содействие продвижению и развитию социально ответственного туризма «на основе принципа справедливости, обеспечивая право на отдых, досуг и пользование благами национального туристического достояния всем населением, особенно его самыми незащищенными группами».

Документ обязывает туристические компании предоставлять услуги государственным служащим и работникам бюджетной сферы на льготной основе, а также гарантирует различные преимущества фирмам, добровольно участвующим в программах по содействию, развитию и продвижению социального туризма. В частности, предоставляет льготные условия для рекламы и продвижения такой компании, техническую и логистическую поддержку участия фирмы в национальных и зарубежных туристических выставках-ярмарках, а также обеспечивает снижение процентной ставки до 3% по кредитам, полученным на развитие туристической инфраструктуры.

Документом также предусматривается ряд санкционных мер, которые по замыслу законодателя должны стимулировать развитие внутреннего туризма в Венесуэле. В частности, закон устанавливает штраф (125–500 н.е.) за отказ в предоставлении льгот на услуги для граждан пенсионного возраста; штраф в 501–1000 н.е. за неоказание или оказание туристических услуг низкого качества по программам социального туризма.

Еще одним важным документом, регулирующим развитие туризма, является Указ «Об инвестициях в туристическую отрасль и предоставлении кредитов на развитие туризма» от 18 ноября 2014 г. №1443, устанавливающий сроки возврата капитала по финансированию проектов и деятельности в области туризма и регулирующий предоставление налоговых льгот и других преференций инвесторам.

Этот нормативный акт предполагает полное или частичное освобождение от подоходного налога для инвесторов, вкладывающих в строительство туристических объектов, от ввозных пошлин в Венесуэлу воздушных, водных судов, а также наземного транспорта. Устанавливает льготный тариф на горюче-смазочные материалы, государственные и муниципальные услуги и услуги ЖКХ для туристических компаний.

В соответствии с законом Центробанк Венесуэлы каждый год устанавливает для всех банковских учреждений страны обязательный объем кредитов (не менее 3%) на развитие туристических проектов в кредитном портфеле банка, а также показатель льготной процентной ставки по ним (при этом обязательное условие – аннуитетный платеж).

Законодательством Венесуэлы также предусмотрено освобождение от уплаты НДС в туристических районах, которые входят в зоны свободной торговли, что существенно увеличивает их привлекательность для местных граждан.

Доминиканская Республика

Информация МИД России

Во многом благодаря эффективной работе турсектора и высокому качеству оказываемых туристско-рекреационных услуг в Доминиканской Республике (ДР) туристическая отрасль является одним из локомотивов развития национальной экономики, принося в бюджет около 8% доходов (в первую очередь, за счет

иностранного туризма).

Законодательное регулирование туризма в ДР осуществляется в соответствии с законом «О туризме» 1969 г. (с поправками от 1975, 1987 и 1999 гг.), согласно которому туристический сектор является приоритетной для государства отраслью экономики. В нем определены основные правила осуществления туристической деятельности, ее лицензирования, права и обязанности ее участников, перечень услуг, а также установлены процедуры взаимодействия госучреждений и туриндустрии.

В соответствии с нормативным актом Министерство туризма является основным профильным ведомством по разработке и проведению государственной политики в туристической сфере. В части, касающейся стимулирования туризма, в сферу его компетенции входят следующие вопросы: развитие транспортной инфраструктуры и коммуникаций в турцентрах и обеспечение в них безопасности, применение совместно с другими государственными ведомствами льготного режима налогообложения для частных компаний, оказывающих туристические услуги (что устанавливается отдельными нормативными актами), проведение специализированных бесплатных курсов повышения квалификации работников туристического сектора, содействие в рекламе и продвижении турпродукции.

Закон обязывает туристические компании обеспечить надлежащие условия для предоставления туруслуг, невыполнение которых может повлечь за собой административную ответственность в соответствии с действующим законодательством.

В том, что касается социального туризма, на законодательном уровне установлено право детей, пенсионеров и инвалидов обратиться в Министерство туризма с целью получения скидок на оплату гостиничных услуг в ДР и/или предоставления рассрочки на приобретения авиабилетов на внутренние рейсы. Кроме того, в структуре Министерства действует Национальный фонд туризма (ФОНТУР), который среди прочих вопросов осуществляет адресное обеспечение льготными путевками социально незащищенных слоев населения.

Конкретные меры финансово-экономического характера по стимулированию туризма и туристической деятельности прописаны в Законе «О развитии туризма и новых туристических центров в перспективных районах страны» 2001 г., а также в отдельных законодательных актах, закрепляющих за некоторыми провинциями страны статус особых туристических зон (в частности, Пуэрто-Плата, Монте-Кристи, Ато-Майор, Бараона, Сан-Хуан и Сейбо).

Предусмотрены следующие стимулы для частных компаний, работающих или оказывающих услуги в туристической сфере (гостиничный бизнес, строительство, тематические парки развлечений, транспортное обслуживание, производство ремесленных товаров и др.) при условии добросовестного исполнения ими своих обязанностей и оформления всех необходимых документов и сертификатов:

доходы от инвестиций в турсектор освобождаются от подоходного налога (в настоящее время составляет 27%);

покупка земельных участков для строительства туристических объектов освобождается от всех государственных и муниципальных налогов, сборов и пошлин;

гостиничные комплексы по прошествии 5 лет с даты введения в эксплуатацию полностью освобождаются от налога на добавленную стоимость (ИТБИС – 18%). При этом на этапе строительства освобождается от ИТБИС все необходимое для их работы оборудование. По истечении 15 лет с момента сдачи объекта для продолжения пользования данной схемой необходимо провести капитальный ремонт не менее 50% номеров и гостиничной территории.

При условии соблюдения операторами туристических объектов санитарных норм и установки на их территории дополнительного оборудования (водоочистных сооружений, альтернативных источников электроэнергии и т.д.) компании могут рассчитывать на льготные тарифы на услуги ЖКХ.

Канада

Информация Минэкономразвития России

Туристическая отрасль Канады объединяет около 170 тысяч компаний, задействованных в сфере обслуживания отечественных и иностранных туристов. Большинство из них относится к малому бизнесу (штат 20 и менее сотрудников). Общее количество занятых в туристической отрасли страны составляет 627 тысяч человек. Годовой доход отрасли в 2014 году составил 88 млрд. канадских долларов (около 2% ВВП).

Единственным законодательным документом федерального уровня, которым в Канаде регулируются отношения в туристической отрасли, является Закон о создании Канадской комиссии по туризму (Canadian Tourism Commission Act <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/c-23.3/index.html>).

«Канадская Комиссия по туризму» (Crown corporation Canadian Tourism Commission, далее – КТК) была создана в 1995 году для разработки и реализации государственной политики страны в сфере туризма. Активы КТК полностью являются федеральной собственностью.

КТК подотчетна Парламенту страны через Министра промышленности Канады. Являясь головным правительственным агентством, отвечающим за развитие туристической отрасли в стране, КТК осуществляет координацию и активно взаимодействует с ассоциациями, вовлеченными в организацию туристического бизнеса. Главной из них является созданная в 2010 году Ассоциация туристического бизнеса Канады («Tourism Industry Association of Canada» TIAC, www.tiac.ca). КТК имеет зарубежные офисы на ключевых для канадцев туристических рынках, которые представляют за границей интересы всех партнеров госкорпорации, с которыми она взаимодействует.

Штаб-квартира госкорпорации расположена в г. Ванкувер, провинция Британская Колумбия. Совет директоров состоит из 10 человек и возглавляется президентом, назначаемым Генерал-губернатором Канады. Другие члены Совета назначаются федеральным Министром промышленности по согласованию с Генерал-губернатором. Совет директоров разрабатывает приоритеты деятельности госкорпорации на 5-летнюю перспективу в Корпоративном плане развития КТК, определяет Стратегию деятельности корпорации на текущий год, а также утверждает ежегодные отчеты о результатах ее деятельности.

В целом, корпорация призвана обеспечивать стабильный рост канадской туристической индустрии, создавать стимулы для развития частного сектора в туризме, инициировать соответствующие изменения в законодательстве и разрабатывать программы господдержки отрасли, направленные в конечном итоге на создание благоприятных условий для различных форм туризма и отдыха, в том числе и социального.

В основе деятельности госкорпорации лежит механизм государственно-частного партнерства (ГЧП), опирающегося на различные источники финансирования своей деятельности – федеральный, провинциальные и муниципальные бюджеты, а также на средства частных инвесторов. Природа ГЧП также хорошо отражена в составе Совета директоров, куда кроме чиновников

федерального уровня (ранга заместителя Министра промышленности) и руководителей провинциальных агентств по туризму входят представители общественных объединений, ассоциаций отелей, авиа и ж/д перевозчиков, бизнеса развлечений, отдыха и т.п.

Для реализации основных направлений своей деятельности в структуре КТК созданы шесть комитетов – три выделены по региональному критерию, три – по функциональному:

- Комитет туристического рынка Европы;
- Комитет туристического рынка Азии и Тихоокеанского региона;
- Комитет туристического рынка американских континентов;
- Комитет конференций, встреч и путешествий;
- Научно-консультативный Комитет;
- Комитет туристических брендов.

Главными направлениями деятельности госкорпорации являются:

1) проведение рекламных кампаний по позиционированию туристического бренда и привлекательности Канады на приоритетных туристических рынках. Осуществляется зарубежными офисами КТК в 11 странах мира (Австралия, Бразилия, Китай, Франция, Германия, Индия, Япония, Южная Корея, Мексика, Великобритания, США);

2) организация и финансирование научных и статистических исследований для удовлетворения соответствующих потребностей туристических и сервисных компаний Канады. В данной работе задействован Научно-консультативный Комитет КТК, отдельным направлением его деятельности является оказание услуг для канадских туроператоров, стремящихся расширить свое присутствие на зарубежных туристических рынках;

3) разработка национальных рекламных программ и проведение презентационных кампаний внутри страны, направленных на развитие внутреннего туризма («Программа Канада»);

4) создание механизмов информационной поддержки туристических компаний среднего и малого бизнеса, способствующих принятию правильных стратегических решений по их развитию. Данная работа координируется Комитетом конференций, встреч и путешествий;

5) в целях облегчения поиска необходимой информации и пропагандирования туристических ценностей Канады КТК создал официальный туристический сайт «Canada Travel» (<http://uscw.canada.travel>), на котором размещена базовая информация для туроператоров и туристов, аккумулирующая библиотеки фотогалерей, рекламных фильмов, роликов и других материалов;

6) поддержка подготовки специалистов туристической отрасли страны в рамках программы «Canada Specialist Program», включая процесс их сертификации, издания и распространения необходимых учебных и рекламных материалов, спонсирования учебных курсов по их подготовке или повышению их квалификации.

С учетом вышеизложенного следует отметить, что вопросы повседневного регулирования деятельности туристической отрасли переданы в Канаде в компетенцию провинциальных органов власти, где провинции обладают большой автономией.

Так, к региональным партнерам КТК (называемым в корпорации provincial marketing organizations, РМО) относятся агентства и комиссии 13 правительств провинций и территорий Канады, ответственные за развитие туризма в своих регионах:

- Alberta (www.travelalberta.com);
- British Columbia (www.hellobc.com);

Manitoba (www.travelmanitoba.com);
 New Brunswick (www.tourismnewbrunswick.ca);
 Newfoundland and Labrador (www.newfoundlandlabrador.com);
 Northwest Territories (spectacularnwt.com);
 Nova Scotia (www.novascotia.com);
 Nunavut (www.nunavuttourism.com);
 Ontario (www.ontariotravel.net);
 Prince Edward Island (www.gentleisland.com);
 Quebec (www.bonjourquebec.com);
 Saskatchewan (www.sasktourism.com);
 Yukon (www.TravelYukon.com).

Как правило, все региональные правительства лоббируют КТК в части получения федеральных средств на развитие туризма, поддержки туроператоров, создание инфраструктуры. Через КТК они вносят и свои предложения по государственному регулированию туристической отрасли.

В каждой провинции и территории Канады действуют провинциальные законы по туризму, которыми регулируются отношения в туристической отрасли. С указанными законами можно ознакомиться по ссылкам:

Manitoba: THE RESOURCE TOURISM OPERATORS ACT (<https://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/2002/c04602e.php?query=search>);

British Columbia TOURISM ACT (http://www.bclaws.ca/Recon/document/ID/freeside/00_96453_01);

The Tourism Saskatchewan Act (<http://www.qp.gov.sk.ca/documents/English/Statutes/Statutes/T15-02.pdf>);

Ontario Tourism Act (<https://www.ontario.ca/laws/statute/90t16>);

Quebec Tourist Establishments Act (http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/E_14_2/E14_2_A.html);

TRAVEL ALBERTA ACT (http://www.qp.alberta.ca/documents/Regs/2009_048.pdf);

Travel and Tourism Act, RSNWT (Nunavut) (<https://www.canlii.org/en/nu/laws/stat/rsnwt-nu-1988-c-t-7/latest/rsnwt-nu-1988-c-t-7.html>).

Что касается развития внутреннего туризма, в том числе социального для детей, молодежи, многодетных семей, пенсионеров и инвалидов, то эти вопросы относятся к муниципальному уровню управления (кроме вопросов, относящихся к компетенции федерального Министерства по делам ветеранов).

Региональные туристические ассоциации состоят из сообществ и организаций, расположенных в пределах одной географической области. Они являются региональными представителями в системе партнерства туризма и бизнеса, занимаются разработкой рекомендаций, советов для стимулирования развития туризма в пределах их территорий.

Программы развития внутреннего туризма разрабатывают, как правило, Ассоциации туризма территорий, подчиняющиеся правительству провинций/территорий Канады. Во всех городах страны существуют офисы по туризму, деятельность которых финансируется правительством провинций/территорий, работает сеть частных туристских компаний, занимающихся рекламой имеющих достопримечательностей и сеть турфирм, занимающихся организацией поездок местного значения. При этом развитие туризма рассматривается в первую очередь как инструмент экономического развития территории (провинции).

Партнерами региональной туристической ассоциации являются: местные предприятия (общины, муниципальные советы, кооперативы), которые заинтересованы в развитии туризма; предприниматели, занятые в туриндустрии

(транспорт, гостиницы, рестораны и др.); туроператоры и турагенты.

Правительства канадских провинций поддерживают развитие туризма, прежде всего, в рамках программ экономического развития своих территорий. Например, развитие туристской инфраструктуры в регионе (строительство аэропортов, дорог, проведение электрификации, системы связи и др.) используется не только для местного населения, но и для развития туризма. Они способствуют внедрению новых туристских проектов, предоставляют ссуды предпринимателям по льготной цене, скидки на налог на недвижимое имущество и муниципальные пошлины.

Наиболее существенная роль в развитии туризма отводится органам местного самоуправления. В их задачи входит широкий спектр вопросов, начиная от создания образовательных программ и заканчивая обновлением всех ключевых инфраструктур. Основным приоритетом развития туризма на уровне муниципальных образований является координация усилий членов, задействованных в многозвенной цепочке производства и потребления продукции; расширение перечня и стандартизация качества выпускаемой продукции, расширение рынков сбыта, повышение общего уровня профессиональных навыков персонала фирм, представление и защита экономических, правовых и имущественных интересов; создание условий для саморазвития (развитие инфраструктуры, высшего и профессионального образования, ассоциаций предпринимателей) и др.

Характерной особенностью внутреннего туризма в Канаде является внимание к его развитию в северных регионах страны, что получает активную государственную поддержку, которая заключается в финансировании научных разработок, реализации образовательных программ, привлечении внешних инвестиций и оказании сопутствующих услуг. Ведущую роль в управлении туризмом на уровне северных территорий оказывают агентства регионального развития – управляющие компании при правительстве территорий.

Вместе с тем, проблемой развития северного туризма является то, что существует слишком большое число уровней управления (федеральное, территориальное, региональное, муниципальное), где каждый старается применять свои проекты развития и свою политику. Актуальными являются вопросы регулирования, согласования деятельности различных туристских посредников государственных структур и частного сектора.

Развитие туризма северных территорий Канады является составной частью государственной социально-экономической политики, которая ориентирована на формирование новой модели функционирования данной сферы, с сочетанием эффективных рыночных механизмов и сохранением традиционного природопользования.

Информация МИД России

Туристический сектор играет в экономике Канады заметную роль, выступая в качестве одного из локомотивов экономического развития практически всех провинций и территорий страны. По итогам 2014 года, общий доход компаний, работающих в сфере туризма, составил 88,5 млрд. кан. долл., обеспечивая при этом около 630 тыс. рабочих мест в сопутствующих отраслях экономики. Налогооблагаемая база туристического сектора Канады составила 32 млрд. кан. долл., что соответствует примерно 2% ВВП страны.

По данным Национального статистического бюро Канады, в 2012 году (более поздние данные отсутствуют) количество перемещений граждан Канады по стране в туристических целях составило 316 млн., при этом учитывались поездки на расстояние 40 километров и более. Количество поездок канадцев за границу в 2014 году составило 33,5 млн., из них 23 млн. – в США.

Канада является популярным местом отдыха для туристов из США. Так, в январе-октябре 2015 года Канаду посетили 15,7 млн. туристов, из них более 11 млн. чел. – из США.

Законодательство Канады ориентируется на определение туризма, данное Всемирной туристической организацией ООН (UNWTO): под туризмом понимается «деятельность человека, который путешествует и останавливается в местах вне своего привычного места жительства на срок от 24 часов до 1 года непрерывно с целью отдыха, ведения бизнеса или с иными целями, не связанными с осуществлением действий, оплачиваемых из источников в местах посещения». При этом в комплекс туристических услуг входят: транспортные услуги; размещение в жилом помещении; обеспечение едой и напитками; отдых и развлечения; обслуживание пассажиров.

Около 98% сектора туристических услуг страны составляют фирмы, относящиеся к малому и среднему бизнесу. Таким образом, данный сектор услуг включает в себя тысячи предприятий частного сектора, некоммерческих организаций и ассоциаций, а также министерства и ведомства на трех уровнях (федеральном, провинциальном и территориальном).

Правительства на всех трех уровнях непосредственно или через специальные ведомства управляют большинством объектов, представляющих интерес для туристов – парки, музеи, стадионы, центры для проведения собраний. Правительства также определяют политику и административную практику в отношении туристических фирм.

В целом, вопросами туризма в Канаде занимаются 6 ассоциаций и организаций:

1. Канадская ассоциация сферы туризма (Tourism Industry Association of Canada) представляет интересы туристического сектора на национальном уровне, занимается продвижением и поддержкой программ и мероприятий, способствующих росту и развитию сектора.

2. Ассоциация гостиниц Канады (Hotel Association of Canada) содействует своим членам в поиске зданий под гостиницы, взаимодействует с правительствами различных уровней, разрабатывает инновационные маркетинговые программы, предоставляет актуальную информацию о сфере туристических услуг.

3. Канадский Совет по вопросам персонала в сфере туризма (Canadian Tourism Human Resource Council) состоит из представителей бизнеса, национальных ассоциаций, различных Советов по образованию и уполномоченных органов власти. Совет работает с провинциями и территориями, помогая бизнесу улучшать качество трудовых ресурсов, занятых в туристическом секторе Канады – например, с помощью обучения или сертификации.

4. Канадский научно-исследовательский институт туризма (Canadian Tourism Research Institute) подготавливает экономические прогнозы и занимается моделированием на основе данных, имеющих отношений к туризму.

5. Научно-исследовательская ассоциация путешествий и туризма (Travel and Tourism Research Association) занимается вопросами улучшения качества и эффективности научно-исследовательских работ в сфере туризма, используемых в целях маркетинга, планирования и развития туризма.

6. Ассоциация турагентств Канады (Association of Canadian Travel Agencies) является отраслевой ассоциацией для канадских туристических агентов. Ассоциация от лица своих участников занимается вопросами всей отрасли и помогает своим членам вести бизнес.

На государственном уровне вопросами туризма и его развития занимается Министерство по делам малого бизнеса и туризма (Department of Small Business and

Tourism).

В интересах туристического сектора совместно работают около 15 федеральных министерств и ведомств:

вопросы въезда/выезда из Канады находятся в ведении: Канадского агентства пограничных служб (Canada Border Services Agency), Министерства по делам гражданства и иммиграции (Citizenship and Immigration Canada), МИД Канады (Global Affairs Canada) и Министерства транспорта (Transport Canada);

вопросы налогообложения и фискальной политики: Канадского агентства доходов (Canada Revenue Agency) и Министерства финансов Канады (Department of Finance);

вопросы поддержки туристического бизнеса и работников: Министерства по делам индейцев и развитию Севера (Aboriginal Affairs and Northern Development Canada), Министерства сельского хозяйства и продовольствия (Agriculture and Agri-Food Canada), Министерства по делам малого бизнеса и туризма (Department of Small Business and Tourism), Министерства экономического развития, науки и инноваций (Department of Innovation, Science and Economic Development) и канадских региональных агентств по развитию;

торжественные мероприятия на федеральном уровне и достопримечательности: Министерство культурного и природного наследия Канады (Canadian Heritage) и Агентство парков Канады (Parks Canada).

Кроме того, правительства провинций и территорий определяют политику в сфере туризма и принимают законы, регулирующие работу туристических фирм.

1 ноября 2003 г. в г. Квебек подписана так называемая Квебекская декларация, согласно которой был создан Канадский Совет министров по вопросам туризма, призванный координировать и осуществлять взаимодействие на федеральном уровне и на уровне провинций и территорий. Также в Декларации было закреплено решение об окончательной разработке национальной стратегии в области туризма.

В октябре 2011 г. была принята Канадская федеральная стратегия туризма (Canada's Federal Tourism Strategy), направленная как на увеличение притока в Канаду иностранных туристов, так и на развитие внутреннего туризма.

Основными задачами Стратегии являются:

1. Проведение информационной работы с целью повышения туристической привлекательности Канады.
2. Облегчение доступа и свободы перемещения туристов при сохранении уровня защищенности и целостности границ страны.
3. Содействие в разработке новой продукции и инвестировании в объекты инфраструктуры туризма и соответствующие услуги.
4. Развитие навыков работников туристической сферы и сервиса в целях качественного обслуживания туристов и формирования положительного имиджа страны.

В 1995 году создана Канадская комиссия по туризму (Canadian Tourism Commission), переименованная в 2001 году в «Destinations Canada». Комиссия является государственной корпорацией, принадлежащей Правительству Канады и ответственной перед Парламентом страны при посредничестве Министерства экономического развития, науки и инноваций.

Работа Комиссии регламентируется Законом о Канадской комиссии по туризму (Canadian Tourism Commission Act) 2000 г., который является единственным профильным законом страны, регулирующим туристическую отрасль.

Согласно Закону, задачами Комиссии являются:

1. Поддержание туристического сектора Канады в активном состоянии и

обеспечение его прибыльности.

2. Продвижение Канады как туристического объекта на международном рынке туристических услуг.

3. Поддержание конструктивного взаимодействия между частным бизнесом и правительствами страны, провинций и территорий по вопросам туризма.

4. Предоставление информации частному бизнесу, федеральному Правительству, правительствам провинций и территорий о туризме в Канаде.

Кроме того, Комиссия оказывает активную поддержку туристическим фирмам, в частности, предприятиям мелкого и среднего бизнеса, предоставляя свой опыт и инструменты для развития бизнеса. При этом под «инструментами» понимаются пакеты информационных услуг, направленные на расширение возможностей турфирм по привлечению клиентов.

Представительства Комиссии работают в 12 странах мира: США, Мексика, Бразилия, Великобритания, Франция, ФРГ, Бельгия, Индия, Китай, Япония, Южная Корея, Австралия.

Понятия «социальный туризм» в Канаде фактически не существует, программы в этой сфере реализуются по линии профильных НПО.

Правительство Канады целенаправленно занимается финансовым стимулированием туристического сектора, инвестируя в различные профильные проекты, программы, мероприятия, развитие туристического бизнеса и инфраструктуры, обучение персонала, научные исследования и т.д. В 2012-2013 гг. (более поздние данные отсутствуют) общий объем прямых инвестиций в сферу туризма составил около 640 млн. кан. долл. В то же время не прямые инвестиции в объекты транспортной инфраструктуры и обустройство государственной границы, на поддержку искусства и т.д. составили около 825 млн. кан. долл.

Колумбия

Информация МИД России

Туризм является для Колумбии третьим по значимости (после нефтяной и горнорудной промышленности) сектором экономики, приносящим в государственный бюджет более 3 млрд. долл. США ежегодно (ожидаемые доходы от туризма в 2016 г. должны составить около 5 млрд. долл. США), а его развитие рассматривается в качестве одного из национальных приоритетов.

В законодательстве страны сфера внутреннего туризма регламентируется Общим законом о туризме 1996 г., а также «секторальными планами», разрабатываемыми на определенный период времени (текущий – на 2014–2018 гг.). В общем законе о туризме закреплено само понятие внутреннего туризма (*turismo interno, turismo doméstico*). Для развития сектора создана специальная структура: Фонд развития туризма, ныне Национальный фонд туризма – «Фонтур» (соответствующие изменения внесены законом 2012 г.). Фонд функционирует под патронажем Министерства торговли, промышленности и туризма Колумбии наряду с национальным Агентством «Проколомбия» (отвечает за продвижение туристического продукта за рубежом).

В своей деятельности «Фонтур» руководствуется планами, разрабатываемыми на фиксированный период времени. Срок действия нынешнего плана распространяется на период 2014-2018 гг. В соответствии с этим документом ключевыми направлениями деятельности Фонда являются:

поддержка туристических направлений, ориентированных на граждан Колумбии (залив Морроскильо, туркластер Мельгар-Хирардот-Онда);

внедрение социальной программы «Да здравствует молодая Колумбия!» («Vive Colombia joven!»), предусматривающей предоставление скидок при покупке туристических услуг колумбийцами от 14 до 28 лет;

развитие туризма, ориентированного на продвижение турпродукта, создаваемого индейскими, афроколумбийскими и крестьянскими общинами;

расширение туристической сети 17 городов, составляющих национальное достояние (pueblos patrimonio);

развитие туристических регионов, ранее затронутых вооруженным конфликтом (Национальный парк «Сьерра Невада де Санта Марта» и археологический парк «Затерянный город», Национальный парк «Сьерра де ла Магдалена», регионы Путумайо, Ураба, Эль-Дарьен);

создание национальной системы пунктов туристической информации;

продвижение регионального нематериального культурного наследия (праздники, фестивали, музыкальные и гастрономические традиции, народные промыслы).

С целью выполнения поставленных задач «Фонтур» на конкурсной основе рассматривает предложения региональных (департаментальных) агентств по туризму, туристических операторов, гостиничных сетей и других агентов туристического рынка Колумбии по внедрению того или иного проекта в данной области и, в случае их утверждения, выделяет финансовые средства на их реализацию. По информации Минторгпромтуризма, в 2015 г. через «Фонтур» в туристическую сферу было инвестировано около 208 млрд. песо (более 70 млн. долл. США). Из числа этих средств около 63 млрд. песо (более 20 млн. долл. США) было направлено на цели прямого продвижения национального турпродукта, в т.ч. для развития внутреннего туризма (рекламные кампании, участие в туристических выставках и ярмарках, поддержка праздников и фестивалей, являющихся «визитной карточкой» регионов). Около 118 млрд. песо (более 40 млн. долл. США) было инвестировано в сохранение и развитие объектов национального культурного наследия.

В увязке с работой Фонда по развитию внутреннего туризма на национальном уровне в каждом из департаментов Колумбии действуют собственные региональные программы, а также реализуются соглашения по повышению туристической привлекательности и конкурентоспособности регионов, заключаемые между Минторгпромтуризма и региональными администрациями с участием частных инвесторов.

Разработанный в 2009 г. Минторгпромтуризмом Колумбии рамочный документ «Политика в области социального туризма» определяет следующие основные направления деятельности «социально ответственного» туризма: создание туристического продукта, отвечающего предпочтениям и требованиям доступности для различных социальных групп населения (дети, молодежь, пенсионеры, лица с ограниченными возможностями); создание турпродукта, генерирующего дополнительные социальные, образовательные, спортивные, культурные, медицинские и др. преимущества для потенциальных пользователей; создание новых туристических мест и направлений, отвечающих критериям качества и безопасности.

«Политика в области социального туризма» также обязывает «Фонтур» направлять средства на развитие специальных программ и проектов социального туризма, рекомендует негосударственным участникам туррынка создавать программы скидок и стимулов для данного вида туризма, гарантирует поддержку малым и средним предприятиям, работающим в сфере социального туризма. Документ предусматривает взаимодействие в сфере социального туризма между

профильным министерством и Министерством социальной защиты, колумбийской Федерацией организаций лиц с ограниченными возможностями, Комитетом по спорту, Ассоциацией туристических агентств Колумбии, Ассоциацией гостиничного бизнеса Колумбии и другими организациями.

Деятельность Минторгпромуризма и «Фонтура» по развитию национального, в том числе социального, туризма основывается на понимании наличия взаимосвязи между туристической областью и сферами культуры, образования, безопасности, инфраструктурного строительства, защиты природы и др. При этом, по мнению колумбийского руководства, важнейшими направлениями стимулирования внутреннего туризма в стране являются активное развитие внутренней транспортной инфраструктуры и обеспечение безопасности. С 2012 г. реализуется уникальный в истории страны проект создания сети дорог «четвертого поколения». На нынешнем его этапе в разных регионах Колумбии одновременно строятся 30 современных автомагистралей, проектируется еще 25 транспортных коридоров. В стране также активно ведутся работы по совершенствованию сети национальных аэропортов, открываются новые внутренние и международные маршруты авиаперевозок. Разрабатывается проект восстановления судоходности главной водной артерии страны – реки Магдалены.

В области обеспечения безопасности туризма с 2009 г. реализуются «Стратегический план по обеспечению безопасности в туристической сфере» (с участием туристической полиции и частных охранных предприятий), а также ежегодно обновляемые планы безопасности на автодорогах страны (с привлечением Национальной полиции и Вооруженных сил Колумбии). Кроме того, развитие внутреннего туризма в стране напрямую увязывается с последовательной работой Правительства по урегулированию внутреннего вооруженного конфликта.

Куба

Информация Минэкономразвития России

С апреля 2008 года на Кубе был отменен запрет на проживание кубинских граждан в отелях для иностранцев. Применяются единые тарифы как для кубинцев, так и для иностранных туристов, оплата – в кубинских конвертируемых песо (1 конвертируемый песо равен 1 долл. США; 1 конвертируемый песо равен 25 неконвертируемым песо). Одновременно кубинским гражданам было разрешено арендовать автомобили у государственных предприятий, оказывающих эту услугу иностранцам (туристам и иностранным предпринимателям, официально зарегистрированным на Кубе).

В апреле 2011 г. на 6-м съезде Коммунистической партии Кубы были приняты Основные направления экономической и социальной политики партии и революции, которые положили начало реализуемой в настоящее время политики «актуализации экономической модели». Одно из направлений этой политики предусматривает «стимулирование развития внутреннего туризма путем создания специальных предложений, которые позволят более эффективно использовать инфраструктуру отелей и других туристических, рекреационных и исторических объектов».

По данным Национального бюро статистики и информации Кубы (ONEI), в 2014 году количество кубинских туристов, путешествовавших по стране, превысило 1,2 млн. чел. (в 2013 году – 976,2 тыс. чел.), а поступления от национального туризма составили 147,3 млн. конвертируемых песо (в 2013 году – 134 млн. конвертируемых песо).

В целом развитие туристической индустрии на Кубе ориентировано на

привлечение иностранных туристов, являющихся одним из основных источников валютных поступлений страны. Специализированные государственные программы, направленные на поддержку внутреннего туризма, в том числе социального, на Кубе в настоящее время отсутствуют. Позволить себе качественные туристические услуги могут только кубинцы, имеющие доходы в конвертируемых песо или валюте. В основном, это определенная часть работников, занятая в негосударственном секторе экономики, где уровень зарплат выше, чем в государственном секторе, деятели культуры, кубинские специалисты, работающие за рубежом в «интернациональных миссиях», а также граждане, получающие денежных переводы из-за рубежа от родственников.

Для большинства кубинцев доступной формой отдыха в разных уголках своей страны является кемпинг, предполагающий наличие достаточно скромного набора услуг. Этот вид туризма находится в ведении государственной предпринимательской группы «Народный кемпинг». Данная организация обеспечивает бронирование услуг, проживание, питание, отдых и транспортное обслуживание. Ей принадлежат 85 кемпингов по всей стране, 2 туристических городка, 8 молодежных баз отдыха и 15 транспортных предприятий.

Кемпингу присваивается категория с 1-й по 5-ю. В кемпинге организовывается проживание в легких домиках на 2-16 человек, в большинстве случаев оборудованных санузелом. Стоимость проживания зависит от сезона (высокий и низкий) и установлена в кубинских неконвертируемых песо (резолюция Министерства финансов и цен Республики Куба No.60-2010 от 12 марта 2010 года). В частности, проживание двух человек в кемпинге 1-й (высшей) категории в высокий сезон обойдется в 20 неконвертируемых песо в сутки (0,8 долл. США), восьми человек – в 80 песо (3,2 долл. США).

Информация МИД России

Консолидированной нормативно-правовой базы, регулирующей сферу внутреннего туризма, в Республике Куба как таковой не существует. Указанные вопросы регламентируются ведомственными и межведомственными подзаконными актами в области социального обеспечения и защиты, детской и молодежной политики, трудовых отношений.

На предоставление туристических услуг жителям страны ориентирована, в первую очередь, сеть из 84 бюджетных «народных кемпингов» «Campismo Popular». В этой же нише работает и местный туроператор «Grupo Hotelero Islazul», располагающий 75 отелями эконом-класса (категорий 1*, 2* и 3*), а также двумя десятками комплексов апартаментов коттеджного типа. Указанные компании являются государственными, поэтому значительная доля путевок в принадлежащие им гостиницы распределяется в рамках социальных программ для школьников и студентов, пенсионеров, лиц с ограниченными возможностями, детей из малоимущих семей.

После отмены в марте 2008 года ограничения для граждан Кубы на пользование гостиничной инфраструктурой острова внутренний туризм стал развиваться ускоренными темпами. В 2014 году в отелях страны отдохнули порядка 1,2 млн. кубинцев, а в кемпингах «Campismo Popular» – еще 23 млн. человек.

Мексика

Информация МИД России

Руководство Мексики традиционно уделяет большое внимание развитию туризма, рассматривая туристический сектор как значительный источник инвестиций

в экономику страны.

Внутренний туризм в Мексике рассматривается прежде всего через призму социального туризма, доступного для всех граждан Мексики. Законодательством, регулирующим туристическую деятельность, является Общий закон о туризме 2009 г., которым Министерству туризма предписывается определить механизмы взаимодействия с общественным и частным сектором, федеральными властями и другими ведомствами (Министерством социального развития, Мексиканским институтом социального страхования, Институтом социального страхования и услуг для госслужащих, Национальной комиссией по культуре и спорту) с целью развития и продвижения социального туризма, доступного для всего населения, и выработки государственной программы по его поощрению. Наряду с этим Министерству туризма при содействии соответствующих ведомств необходимо содействовать популяризации туристических продуктов среди лиц с ограниченными возможностями. В свою очередь, туристические фирмы должны создать необходимые условия для обеспечения полноценного доступа таких лиц к своим услугам. Значительная роль в данной области отводится государственной компании «Совет по продвижению туризма».

В марте 2015 г. было объявлено о запуске Государственной программы по поощрению социального туризма (Национальная стратегия социального туризма), направленной на предоставление туристических возможностей большему числу мексиканцев, в первую очередь гражданам с ограниченными ресурсами: женщинам, детям, студентам, людям с ограниченными возможностями и лицам преклонного возраста.

Для реализации стратегии планируется активное привлечение частного сектора экономики, которому будут предоставляться налоговые льготы.

Никарагуа

Информация Минэкономразвития России

Основополагающим документом в сфере туризма в Никарагуа является Генеральный закон о туризме от 2 июля 2004 г. Понятие внутреннего туризма в данном законе содержится. В соответствии с главой 7 под социальным туризмом понимаются инструменты и средства при помощи которых люди с ограниченным доходом и ресурсами имеют доступ к туристическим достопримечательностям.

В соответствии с данным Законом:

за развитие и повышение качества социального туризма отвечает государство;

под управлением Института по развитию туризма Никарагуа осуществляется содействие в организации отдыха и досуга, а также страховании для такой категории граждан;

институт по развитию туризма Никарагуа поощряет и поддерживает государственные и частные учреждения, участвующие в развитии социального туризма;

организации и учреждения, участвующие в развитии социального туризма вправе запрашивать техническую консультацию и материальную помощь в Институте по развитию туризма Никарагуа для обучения персонала и развития программ;

Институт по развитию туризма Никарагуа совместно с муниципальными властями способствует заключению соглашений с поставщиками туристических услуг, в соответствии с которыми определяются цены и благоприятные условия для

людей с ограниченным доходом, инвалидов и других категорий граждан.

Панама

Информация МИД России

В Панаме вопросы стимулирования развития внутреннего туризма регламентируются законом «О поощрении туристической деятельности в Панаме» от 8 ноября 2012 г. № 80. Помимо этого, некоторые аспекты туристической деятельности регулируются законами «О защите инвестиций» 1998 г., «Об упрощенном порядке учреждения юридических лиц на территории Панамы» 2007 г., «О предоставлении туристических концессий и выделении островных территорий на цели развития туризма и иные положения» 2006 г.

Продвижение туристического продукта на внутреннем и мировом рынках и контроль за деятельностью туроператоров входит в компетенцию Национального управления по туризму.

В соответствии с законодательством предусмотрены различные виды туризма: агротуризм, экотуризм, туризм для научных, культурных, этнических целей, круизный туризм, спортивная рыбалка, деловой туризм, морской туризм и др. Турагентам, специализирующимся на каждом отдельном виде туризма на территории Панамы, предоставляются определенные налоговые льготы.

Не облагаются налогом на доход также средства, которые компании тратят на организацию поездок своих сотрудников и членов их семей в период отпуска за пределы столицы и прилегающего района Сан Мигелито при условии, что срок проведения отпуска не превышает трех дней, а сумма затрат не превышает 5 тыс. долл. США в течение календарного года.

Вопросы развития социального туризма законодательно не регламентируются. Однако на практике большая часть туроператоров предоставляет различные скидки и льготы определенным категориям лиц (многодетным семьям, детям, пенсионерам и др.).

Парагвай

Информация МИД России

В последние годы в Парагвае уделяют большое внимание вопросам развития национальной туристической индустрии. В сфере законодательного регулирования туротрасли, стимулирования развития внутреннего туризма перенимается успешный практический опыт таких региональных лидеров в данной области, как Бразилия и Мексика. Это касается как профильного законодательства, так и создания в качестве альтернативы традиционным рекреационным направлениям (курорты в городе Энкарнасьон, в районе озера Ипакараи, водопады Игуасу в районе «трехграничья») специальных тематических маршрутов, на которых туристы могут познакомиться, например, с историей периода иезуитских миссий или узнать об особенностях работы винокурен на плантациях сахарного тростника (по аналогии со знаменитыми мексиканскими «маршрутами текилы»). При этом в Парагвае высокими темпами развивается гостиничный бизнес – только за последний год число номеров в парагвайских отелях выросло на 39,5%.

В правовом отношении сфера туризма в Парагвае регулируется базовым законом 2828/2005, в котором отраслевая деятельность определена как «свободная частная инициатива в сфере услуг в свободном доступе на принципах свободной конкуренции». По закону оказание туристических услуг можно осуществлять, только

имея соответствующий сертификат о внесении в «Единый национальный туристический реестр» (ЕНТР). Это относится к туристическим агентствам и бюро, в том числе занятым организацией международных выставок, конгрессов и симпозиумов, туристическим транспортным и экскурсионным обслуживанием, гидам, работающим непосредственно с туристами на индивидуальной основе либо осуществляющим посредническую и консультационную деятельность в туристической сфере. В обязательном порядке внесению в ЕНТР подлежат гостиницы, рестораны, казино и ночные клубы, дискотеки, тематические парки, а также компании, занимающиеся организацией культурного досуга и прокатом автомобилей.

Общее руководство отраслью с наделением контрольными функциями возложено на Национальный секретариат по туризму (СЕНАТУР), у которого имеется право проводить инспекции всех вышеназванных организаций, при том что длительность проверки не может превышать пяти рабочих дней.

Отдельным Декретом № 8111 все юридические и физические лица обязаны предоставлять планы своих инвестиций в туристические объекты в СЕНАТУР, который в течение 15 дней с момента обращения может представить мотивированные возражения против реализации рассмотренных проектов. Отсутствие отрицательного заключения означает согласие регулирующего органа.

Этим же Декретом определяется порядок внесения в ЕНТР, регистрация в котором позволяет рассчитывать на налоговые послабления, определяемые отдельно на общенациональном и местном уровнях.

В Парагвае также создан Национальный консультативный совет по туризму, в который входят представители СЕНАТУР, Министерства общественных работ и коммуникаций, Министерства промышленности и торговли, МИД, Минфина, Министерства образования и культуры, Национального секретариата по охране окружающей среды, а также профессиональных союзов и деловых объединений туристической сферы (ассоциация отелей, лицензированных туристических гидов, речных пассажирских перевозчиков и др.). Национальный консультативный совет на регулярной основе рассматривает вопросы развития туристической сферы. Принимаемые им решения носят рекомендательный, а не обязывающий характер. Кроме того, Декрет № 8111 предусматривает создание Советов по туризму на уровне департаментов и муниципалитетов.

СЕНАТУР обязан в первые два месяца каждого календарного года представлять Национальному консультативному комитету так называемый «Национальный руководящий план развития туризма», в котором определяются стратегические направления и цели развития отрасли, а также практические шаги по решению стоящих в связи с этим задач. В Декрете прямо прописан приоритетный характер развития внутреннего туризма и туризма по приему иностранных гостей, а также предусмотрена необходимость ведения открытой отраслевой статистики, доступной государственным и частным организациям и учреждениям.

Как показывает практика, развитие внутреннего туризма в Парагвае власти связывают, прежде всего, с деятельностью малого и среднего бизнеса, клиентами которого выступают представители среднего класса. В то же время, по оценкам экспертов, для четверти населения страны, чей ежемесячный доход не превышает 130 долл. США, рекреационные расходы фактически недоступны. Развитие социального туризма при поддержке государства пока в практической плоскости не обсуждается.

Перу

Информация МИД России

Стимулирование внутреннего туризма в Перу, в том числе социального, осуществляется в соответствии с Общим законом о туризме от 16 сентября 2009 г. № 29408. Действует специальный Регламент по реализации упомянутого Закона. Согласно перуанскому законодательству, туризм – одно из приоритетных направлений для развития экономики страны.

В законодательстве Перу отсутствуют определения внутреннего и въездного туризма. При этом перуанские и иностранные туристы имеют равные права, в отношении них запрещена любая дискриминационная деятельность со стороны туроператоров. Турист по местным определениям – человек, путешествующий в место, отличное от своего обычного места жительства и остающийся там, по крайней мере, на одну ночь, в том числе без необходимости оплаты, основная цель поездки которого – отдых, бизнес, паломничество, оздоровление или любая другая деятельность, за исключением трудовой, предусматривающей материальное вознаграждение.

В Законе особо оговаривается, что национальные министерства и региональные власти должны предусматривать в своих планах и программах положения, способствующие развитию туризма в стране.

К принципам туристической деятельности относятся, в том числе:

инклюзивность – туристические ресурсы привлекаются для вовлечения уязвимых слоев населения в экономическую, социальную, политическую и культурную жизнь;

отсутствие дискриминации – туризм должен быть ориентирован на создание среды индивидуального и коллективного развития, в которой уважаются равенство полов, культурное разнообразие и права уязвимых слоев населения;

конкуренция – развитие туризма должно стимулировать создание благоприятных условий для частной инициативы, в том числе притока иностранных и национальных инвестиций;

туристическая культура – государство поощряет участие местного населения и туроператоров в формировании условий, способствующих развитию туризма, в том числе таких его аспектов, как знакомство с туристическими возможностями регионов, устойчивое развитие туризма и укрепление знаний о нем.

Закон определяет, что Министерство внешней торговли и туризма Республики Перу (Минвнешторг) разрабатывает и актуализирует Стратегический национальный план развития туризма, который является инструментом планирования и управления туристической отраслью на долгосрочный период. Минвнешторг отвечает за функционирование Системы информации в сфере туризма, которая накапливает, обрабатывает и распространяет статистические и другие базовые данные о туризме в рамках Национальной статистической системы, а также координирует реализацию инвестиционных проектов в туристической отрасли. Другая важная функция Министерства – стимулирование развития и появления новых туристических направлений, способствование диверсификации туристического предложения в соответствии с национальными и международными требованиями.

В интересах развития туризма перуанское законодательство предусматривает учреждение зон приоритетного туристического развития, которые определяются региональными властями. При этом их деятельность обеспечивается совместной работой местной администрации и бизнеса.

Подробно в Законе прописаны и обязанности компаний, предоставляющих

туруслуги, в том числе направленные на стимулирование туризма:

информировать потребителей до заключения контракта на пользование услугами об условиях поездки, размещения и пребывания, а также характеристиках посещаемых мест;

гарантировать соответствующую квалификацию персонала и обеспечивать качество предоставляемых услуг;

обеспечивать сохранность здоровья, безопасность и защиту туристов во время предоставления им соответствующих услуг, а также предоставлять доступ людям с ограниченными возможностями к туристическим услугам.

При этом местные туроператоры имеют право получать дополнительную финансовую поддержку от государства в случае продвижения программ инклюзивного туризма и социальной ответственности. Наряду с этим, 30% доходов от сборов за поездки в национальные парки перечисляются на счет Национальной службы охраняемых государством природных территорий.

Для стимулирования внутреннего туризма законодательством Перу предусмотрена возможность утверждения в определенные периоды специальных сниженных тарифов на посещение национальных парков и объектов культурного наследия.

Под социальным туризмом в перуанском законодательстве понимается любая активность, направленная на облегчение участия в туристической деятельности рабочих, детей, молодежи, студентов, инвалидов, пенсионеров, жителей сельских поселений и представителей коренных народов, а также других групп, которые по физическим, экономическим, социальным или культурным причинам имеют ограниченный доступ к туристическим услугам. На Минвнешторг возложена функция по созданию оптимальных условий для получения этими группами населения туристических услуг.

США

Информация Минэкономразвития России

Туризм традиционно является одной из самых крупных отраслей экономики США. Его доля в ВВП составляет 2,8% (458 млрд. долл.), а вместе со связанными с туризмом отраслями – 8%, или более 1,4 трлн долл. Рост доходов отрасли составил 3,4% в 2014 г. Отрасль туризма лидирует среди других отраслей по количеству занятых: напрямую она обеспечивает рабочие места для 5,3 млн человек (3,6% всей занятости), а со связанными отраслями – 7,9 млн человек (5,36% всей занятости). Инвестиции в туристическую отрасль США составили 144,3 млрд. долларов в 2014 г. (4,3% от всех инвестиций). Внутренний туризм является наиболее развитым в США и обеспечивает около 89% всех доходов отрасли, 95% из всех поездок американцев совершается внутри страны.

США – страна, где отсутствует регулирование внутреннего туризма на федеральном уровне. Индустрия туризма находится не в руках государства и не под контролем крупных компаний. Около 95% предприятий, работающих в этой индустрии, относятся к сфере малого предпринимательства. Это небольшие турагентства, семейные мотели, фирмы по аренде автомобилей, сувенирные лавки, местные туроператоры. Всего количество таких предприятий превышает 1 миллион.

Более того, раздается критика в адрес федеральных властей, за то, что они не уделяют должного внимания развитию туризма – из бюджета расходуются крайне скромные средства. В итоге по объемам средств, затраченным на стимулирование туризма, США пропускают вперед Бермудские острова, Коста-Рику, Малайзию и

Тунис.

Особое беспокойство это вызывает в тех штатах США, где туризм является основной статьей дохода. Например, принадлежащие США Виргинские острова основным видом своей деятельностью считают именно туризм, однако ни местные власти, ни федеральные власти не предпринимают адекватных мер по развитию туристского маркетинга. В результате, по мнению местных туроператоров, острова проигрывают соседним курортам Карибского бассейна битву за американского туриста.

Основной недостаток индустрии, по мнению аналитиков, в отсутствии централизованного управления, координационного механизма, который мог бы регулировать совместную работу сотен тысяч мелких предприятий для достижения лучших экономических показателей.

Широкие права в регулировании отрасли внутреннего туризма имеют власти штатов. Они совместно с действующими по многим штатах страны туристическими ассоциациями также не раз подвергались серьезной критике за пассивное поведение, слабую бюджетную базу. Однако в последние десять-двадцать лет все большее количество штатов, прежде всего Калифорния, Флорида, Гавайи, Невада, Нью-Йорк, Массачусетс, начинают собственные рекламные кампании, привлекающие туристов посетить их штат.

Некоторые штаты даже пытаются рекламировать себя за рубежом, однако там они сталкиваются со спецификой и чужим менталитетом, которые часто требуют совершенно иного подхода. Так рекламная кампания I love NY («Я люблю Нью-Йорк») в материковой Европе провалилась.

На федеральном уровне Правительство США сконцентрировалось исключительно на поддержке привлечения иностранных туристов в страну. В 1961 году был принят Закон о поддержке международного туризма (International Travel Act of 1961). Согласно этому Закону для исполнения государственных функций в этой области была учреждена сначала Служба поддержки туризма (U.S. Travel Service), а затем Управление поддержки путешествий и туризма (U.S. Travel and Tourism Administration) в рамках Министерства торговли США. В 1996 году управление было распущено, а финансирование прекращено. Причиной роспуска стало решение передать регулирование отрасли частным компаниям, бизнес-ассоциациям и регионам.

Однако же, в 2009 г. на фоне роста международной конкуренции за туристов был принят Федеральный закон «О развитии туризма» (The Travel Promotion Act of 2009), в соответствии с которым на принципах частно-государственного партнерства была учреждена корпорация Discover America. Сегодня корпорация действует под именем Brand USA и осуществляет разработку и реализацию маркетинговой стратегии по продвижению туристических возможностей США за ее пределами, формированию позитивного облика, в т.ч. посредством следующих механизмов:

- проведения презентаций и участия в специализированных конгрессных и выставочных мероприятиях с целью продвижения имиджа и формирования привлекательного облика США;

- заключения партнерских соглашений с иностранными компаниями и ведомствами с целью увеличения туристического потока в США;

- организации рекламных компаний в СМИ, а также спонсорства культурно значимых мероприятий;

- развития собственных информационных ресурсов о США, демонстрирующих различные туристические направления и пункты назначения;

- учреждения постоянных представительств корпорации на территории стран, представляющих наибольший интерес для продвижения.

Финансирование Brand USA осуществляется за счет средств федерального бюджета и частных источников. Источником государственного финансирования являются средства, взимаемые с граждан стран, с которыми у США введен безвизовый режим. Оплата производится через систему электронных заявок на въезд в США (Electronic System for Travel Authorization (ESTA): по 14 долларов с человека (10 долларов идет в бюджет организации, а 4 доллара в Таможенно-пограничную службу США).

Государственную функцию по данному направлению также осуществляют следующие ведомства:

1. Совет по регулированию туристической отрасли (Tourism Policy Council), в состав которого входят руководители министерств и ведомств США, в т.ч. Министр торговли, его заместитель по международной торговле, Госсекретарь, Начальник управления по бюджетированию Администрации Президента, Министр транспорта, Министр внутренних дел, Министр труда, руководители таможенной и иммиграционной служб, а также руководители прочих ведомств, вовлеченных в развитие туризма. Задачей совета является координация усилий государственных учреждений США с целью продвижения и развития туристической отрасли страны.

2. Департамент по туризму (National Travel & Tourism Office), действующий в рамках Управления по международной торговле (International Trade Administration) Министерства торговли США.

Поскольку на федеральном уровне приоритетным направлением по развитию туристической отрасли является привлечение иностранных граждан, на развитие внутреннего туризма в значительной степени нацелены отдельные инициативы ведомств.

Например, инициатива Every Kid in a Park Annual 4th Grade Pass. В рамках программы, каждому четверокласснику в США предоставляется бесплатный пропуск на год во все парки и природные зоны, находящиеся в ведении Национальной парковой службы (National Park Service), Лесной службы (Forest Service), Службы по охране дикой природы и рыболовству (U.S. Fish and Wildlife Service) и некоторых других ведомств США. Также льготы по посещению парков и природных зон предусмотрены для пожилых граждан США (старше 62 лет) и военных. Пожилые граждане могут приобрести пожизненный пропуск в парки и природные зоны всего за 10 долл., а военные получают его бесплатно на время службы.

Стоит отметить следующие инициативы федеральных и региональных властей США, которые оказали положительное влияние на развитие внутреннего туризма:

работа над гармонизацией региональных и местных законов о налогообложении, применимых к туристическим компаниям, работающим в сети Интернет, и компаниям, предоставляющим автомобили в прокат;

развитие законодательства в области круизного туризма, в т.ч. по вопросам безопасности путешественников: на рассмотрении Конгресса сейчас находятся Закон о защите пассажиров круизных судов (the Cruise Passenger Protection Act) и Закон о потребительском доверии круизным судам (Cruise Vessel Consumer Confidence Act);

снижение количества проверочных процедур в отношении авиапассажиров, участвующих в программе Доверенный пассажир (Trusted Traveller) Управления пассажирской безопасности (Transportation Security Administration) Министерства внутренней безопасности США (Department of Homeland Security). Зарегистрировавшийся участник программы получает возможность ускоренного прохождения процедуры проверки более чем в 150 аэропортах США, а также дополнительные возможности провозки «запрещенных» для остальных предметов в ручной клади (жидкости, личные принадлежности и т.д.). Для граждан участие в

программе стоит порядка 80 долларов на пять лет, но для государственных служащих и военных программа бесплатна.

Значительный вклад в развитие внутреннего туризма вносит деятельность региональных, городских специализированных агентств и ведомств США. Они обладают собственным штатом сотрудников, ведут аналитическую работу и реализуют маркетинговую стратегию по продвижению туризма в регионе и на объектах, находящихся в зоне ответственности. Примером такой активности может являться кампания Pure Michigan, которая была запущена Корпорацией развития штата Мичиган. В рамках кампании были предусмотрены различные мероприятия, направленные на информирование жителей США о туристических возможностях штата и формирования их привлекательного облика, в т.ч. организация специального Интернет-портала с описанием и ссылками на культурные, исторические и природные объекты, проведение специальных мероприятий, запуск рекламных роликов в СМИ и др. По результатам социологических исследований, кампания Pure Michigan имела значительный успех и положительно повлияла на восприятие гражданами региона. В 2014 году на нее было потрачено 3,7 млн. долл., что обеспечило приток более 2 млн. туристов и принесло 570 млн. долл. в экономику штата, в т.ч. 40 млн. долл. в виде уплаченных налогов.

Также успех имела программа продвижения штата Калифорния, чья маркетинговая кампания на каждый потраченный доллар принесла 305 долл. в экономику штата и 20 долл. в бюджет в виде налогов.

В штате Флорида учреждено частно-государственное партнерство «Комиссия по туризму» (The Florida Commission on Tourism), которое напрямую финансирует организацию «Visit Florida» («Посети Флориду»), которая создана для продвижения штата в Америке и за рубежом.

Одной из функций организации является администрирование грантовой программы на возмещение затрат на разработку туристических программ, маркетинг и рекламу для тех партнеров, что:

- проводят массовые мероприятия на территории штата (концерты, выставки, конференции и т.д.);

- рекламируют места отдыха во Флориде и их преимущества;

- формируют и продвигают межтерриториальные программы по изучению исторического, культурного наследия, изучения природы и пустынных мест, в реализации которых задействовано несколько партнеров;

- проводят массовые мероприятия локального характера (только для общественных организаций и местных органов власти);

- рекламируют туристические услуги и являются субъектами малого бизнеса (с выручкой до 1,25 млн. долл. в год);

- разрабатывают рейсы и предоставляют авиаперелеты во Флориду (авиалинии, аэропорты).

Также бесплатно всем участникам туристической отрасли Флориды предоставляются маркетинговые материалы (логотипы, путеводители, фото и т.д.), проводятся образовательные программы, вебинары.

Что касается социального туризма, то усилия властей направлены на повышение комфортности среды и доступности инфраструктуры для инвалидов и пожилых людей. Скидки социальным категориям граждан (дети, студенты, молодежь, многодетные семьи, пенсионеры, инвалиды) при получении ими услуг транспорта, проживания, лечения, предоставляются частными компаниями на их усмотрение и на основе максимизации экономической прибыли. Туристические услуги оказываются на коммерческой основе за счет граждан. Пенсионеры, инвалиды, многодетные семьи и оставшиеся без кормильца получают ежемесячные

пенсии или социальные пособия, которые могут расходовать и на туристические поездки. Для партнеров программ медицинского страхования (частных компаний, региональных и местных служб) установлены предельные тарифы на содержание и лечение больных. Для студентов действуют краткосрочные (обычно квартальные) и долгосрочные программы академической мобильности, которые финансируются студентами самостоятельно или за счет грантов университетов.

Стоит отметить, что причинами высокой популярности внутреннего туризма у американцев являются:

- высокая степень автомобилизации населения;
- развитость дорожной сети и придорожной инфраструктуры (заправки, кафе, мотели, стоянки, кемпинги, объекты розничной торговли);
- высокая конкуренция и ассортимент на туристическом рынке;
- доступность внутреннего туризма для большого количества граждан;
- доступность и развитость транспортных услуг (авиа, ж/д, автобусные перевозки, морские и речные круизы);
- развитая индустрия развлечений, событийного туризма;
- разнообразие климатических зон;
- культурные особенности, менталитет американцев.

Информация МИД России

В настоящее время в Соединенных Штатах не существует единой законодательной базы для регулирования национального туристического сектора на федеральном уровне. Система управления отраслью разбита на более чем сотню независимых программ, распределенных между различными ведомствами. Подобная структура зачастую не позволяет осуществлять полноценный контроль над индустрией, которая представляет собой конгломерацию малого бизнеса – небольших турфирм, семейных отелей, агентств по аренде автомобилей и жилья, сувенирных магазинов и т.п.

Частично роль координирующего органа по туризму на федеральном уровне выполняет Департамент путешествий и туристической индустрии (Office of Travel and Tourism Industries, OTTI) при Управлении международной торговли (International Trade Administration) Минторга США. В частности, Закон об организации национального туризма 1996 г. (National Tourist Organization Act of 1996) обязывает Министра торговли США собирать и публиковать туристическую статистику и другую маркетинговую информацию, содействовать сокращению барьеров для путешествий и др. Кроме того, Департамент выполняет роль секретариата основанного в 1996 г. межведомственного Совета по туристической политике (Tourism Policy Council). Совет объединяет глав 9 федеральных агентств, а также ряда иных приглашенных служб. Его задача – согласование предпринимаемых на федеральном уровне решений, которые могут оказать непосредственное влияние на индустрию. Однако, по мнению большинства аналитиков, их роль в развитии туристической отрасли невелика ввиду ориентации на въездной туризм, скромного бюджета и штата сотрудников (10–15 человек). Для сравнения, расформированное в 1997 г. Управление по туризму и путешествиям США (United States Travel and Tourism Administration, USTTA) имело в штате свыше 100 сотрудников по всему миру. Прекращение финансирования было обусловлено передачей регулятивных функций частным компаниям, бизнес-ассоциациям и регионам.

Между тем, при Администрации Б. Обамы задача по повышению конкурентоспособности США на мировом туристическом рынке была объявлена приоритетной. Во многом активизация усилий была связана с тем, что после

терактов в 2001 г. США стали единственной страной, которая сократила свою долю присутствия на мировом туристическом рынке (практически на треть).

В целях исправления ситуации на федеральном уровне был запущен целый ряд инициатив, направленных на продвижение Америки как привлекательного направления для иностранцев. Так, в 2010 г. Обама подписал Федеральный закон «О развитии туризма» (The Travel Promotion Act of 2009), в соответствии с которым на принципах частно-государственного партнерства была учреждена корпорация «Открой Америку» (Discover America), действующая сегодня под названием «Brand USA». Корпорация осуществляет разработку и реализацию маркетинговой стратегии и формирование привлекательного образа страны за рубежом. Кроме того, на основании исполнительного распоряжения Б. Обамы (executive order) в 2012 г. в США была принята Национальная туристическая стратегия (National Travel and Tourist Strategy). Впрочем, как и прежде, сектор внутреннего туризма в документе практически не охвачен – все проекты преимущественно ориентированы на внешнюю аудиторию и не ставят перед собой целью продвижение туризма среди американцев.

Пожалуй, ключевой причиной подобного «невнимания» к путешествиям собственных граждан в Америке является вполне удовлетворительное состояние индустрии. Доля въездного туризма в США крайне мала и в 2014 г. составила лишь 6,6% от общего объема туристического рынка. Данный показатель почти на процент ниже, чем в 2000 г., что в очередной раз подчеркивает негативные последствия терактов 11 сентября 2001 г. для индустрии. Отчасти это связано с ужесточившимися мерами по безопасности, в особенности – для иностранных граждан.

Между тем, на путешествиях внутри страны отрицательного влияния отмечено не было. На сегодняшний день именно внутренний сегмент американского туррынка является доминирующим и наиболее прибыльным. В 2013 г. количество поездок американских граждан в пределах США составило 2,1 млрд. с прогнозируемым приростом примерно на 100 млн. поездок к 2018 г., когда общие расходы «внутренних» туристов составят почти 950 млрд. долл. Рост путешествующих в пределах Америки остается стабильным – плюс 33 млн. и 29 млн. индивидуальных поездок в 2012 и 2013 гг., соответственно. В целом, с 2000 г. по 2010 г. прирост внутреннего турпотока составил 8,9%.

Основным «драйвером» индустрии по-прежнему является частный сектор, поддерживаемый усилиями на уровне региональных властей и властей штатов. Федеральное законодательство США не предусматривает какие-либо конкретные требования к их организационной структуре и кругу выполняемых обязанностей. Иными словами, каждый штат в праве самостоятельно создавать подобные управления по туризму и принимать решение относительно сферы их компетенций. Практически все подобные ведомства подконтрольны более крупному органу местной власти, например, Министерству экономического развития или Офису губернатора штата. Перед такими турслужбами поставлены задачи развития въездного и внутреннего туризма, проведения рекламно-информационной деятельности, анализа состояния и перспектив развития отрасли и т.п.

Так, например, в Калифорнии существует Комиссия по путешествиям и туризму (California Travel and Tourist Commission), которая имеет около 37 членов (24 избираются крупнейшими представителями бизнеса, 12 назначаются непосредственно губернатором, 1 – Министром бизнеса, транспорта и жилья) из всех 12 регионов штата. Таким образом, несмотря на отсутствие юридической связи между Туристическим офисом штата и Комиссией, подразделения ведут совместную работу, формируя частно-государственное партнерство. Подобный подход позволил

значительно облегчить налоговую нагрузку для населения штата, поскольку весь маркетинговый бюджет формируется местным туристическим бизнесом. Согласно статистике, запущенная совместно маркетинговая кампания на каждый потраченный доллар принесла 305 долл. в экономику штата и 20 долл. в бюджет в виде налогов.

Схожим образом выглядит организация работы отрасли на уровне административных округов и городов, где при местных органах власти имеются специальные бюро по туризму. В такие органы входят представители городских властей, транспортных компаний, отелей, ресторанов, развлекательных и иных учреждений, вовлеченных в индустрию. Бюджеты бюро формируются из средств, собираемых округом или городом в виде налога, взимаемого с жильцов гостиниц за проживание (от 8 до 18%), а также за счет членских взносов и доходов от рекламы.

При этом стоит отметить ряд факторов, исторически способствовавших развитию внутреннего туризма в США. Наиболее существенный – развитая система автомобильных дорог, доступность автотранспорта и низкие цены на бензин (в настоящее время средняя стоимость топлива по стране – около 2 долл. за галлон или 3,75 л.). Пик роста популярности личных машин как основного средства передвижения пришелся на середину 50-х годов прошлого века. Период масштабного расширения национальной Системы автотрасс между штатами (Interstate Highway System) стал результатом принятия еще в середине XX в. Федерального закона об автотрассах (Federal Highway Act, 1956). На фоне повышения уровня жизни в стране, а также популяризации автомобильных путешествий по США в голливудских фильмах, начиная с 60-х–70-х годов прошлого века подобные поездки стали неотъемлемым элементом жизни американского среднего класса. Кроме того, высокая степень автомобилизации населения послужила толчком для развития придорожной инфраструктуры (заправок, кафе, мотелей, стоянок, кемпингов, объектов розничной торговли и т.п.).

Авиатранспорт уступает автомобилям, однако также является довольно распространенным способом передвижения по стране в туристических целях. Новый виток развития американская авиа-индустрия получила в 1980-х с окончанием ее центрального регулирования и появлением более дешевых тарифов на билеты. Ситуация на внутреннем авиарынке ухудшилась после 2001 г., когда Управлением транспортной безопасности США (Transportation Security Administration, TSA) при Минтранспорте начали внедряться инициативы по обеспечению безопасности в американских аэропортах с учетом ожидаемого сохранения террористических угроз. Понимая, что связанные с этим сложности оказывают отрицательное влияние на пассажиропоток, в целях облегчения процедур досмотра для резидентов США в 2013 г. ведомство запустило Программу предварительной проверки TSA (TSA Pre). После оплаты сбора в 85 долл. США американцы с «чистыми» досье предоставляют в один из специализированных центров биометрическую и иную информацию, используемую для проверки биографии заявителя. В случае одобрения заявитель получает статус «благонадежный пассажир» (known traveler number), действительный на протяжении пяти лет и открывающий доступ к линиям ускоренного сканирования в более чем сотне аэропортов страны.

Исходя из определения социального туризма, в Соединенных Штатах данная экономическая категория отсутствует. Государство не имеет федеральных законодательных актов, подразумевающих субсидирование путешествий внутри страны для льготных категорий граждан. На развитие внутреннего туризма в значительной степени нацелены инициативы отдельных ведомств.

Чили

Информация МИД России

Туристическая деятельность в Чили регулируется принятым Национальным конгрессом Законом «Об институциональной системе развития туризма» от 12 февраля 2010 г. № 20423.

Согласно Закону туризм определяется как деятельность, осуществляемая физическими лицами в ходе поездок и пребывания в местах, отличных от мест обычного проживания, на период менее одного года, не связанная с получением вознаграждения. В данном акте закрепляется стратегическое значение этой отрасли для развития страны, подчеркивается ее приоритетный характер в рамках проводимой государством политики. Предусмотрена активная роль государственных органов в выработке, принятии, координации и осуществлении планов и программ развития туризма. Особо отмечается оказание государственного содействия частному сектору, прежде всего малому и среднему предпринимательству.

Закон различает следующие виды туризма: экстремальный, социальный, этно- и экотуризм. Каждому виду соответствуют четкие правовые дефиниции. В частности, под социальным туризмом понимаются способы и средства, с помощью которых лица, обладающие ограниченными материальными возможностями, могут пользоваться туристическими услугами, адекватными с точки зрения экономичности, доступности, безопасности и удобства.

Закон устанавливает нормативы, включая цели, задачи и основные направления, которым должны удовлетворять Национальная политика в сфере туризма и Стратегический план развития отрасли. Этими актами должны строго руководствоваться все государственные и частные структуры, а также органы местного самоуправления.

Управление отраслью представляет собой достаточно сложную институциональную систему, во главе ее стоит межведомственный комитет как совещательный орган при Президенте Республики, в который входит Министр экономики, развития и туризма Чили (председатель) и руководители ряда других министерств и ведомств. На комитет возлагается разработка основных направлений развития отрасли, одобрение национальных планов и программ, информирование Президента о выполнении действующего законодательства в данной сфере. Функции оперативного управления отраслью и координации деятельности соответствующих государственных органов возлагаются на субсекретариат по туризму – аппарат заместителя Министра экономики, развития и туризма. В его подчинении находится Национальная служба по туризму, которая осуществляет непосредственное взаимодействие с туроператорами.

Закон подробно регулирует порядок создания туристических зон (специально выделенных территорий, имеющих привлекательность для целей туризма) и зон, пользующихся особой защитой со стороны государства (с точки зрения сохранения окружающей среды, флоры, фауны, поддержания биологического разнообразия и т.д.), а также ведения реестра туристических услуг в рамках Системы классификации, качества и безопасности предоставляемых туруслуг.

В целях детализации и конкретизации положений Закона Министерство экономики, развития и туризма Чили принимает соответствующие регламенты и другие нормативные акты.

Эквадор

Информация МИД России

В силу благоприятных климатических условий, биоразнообразия, широкого спектра географических зон и уникальной природы Эквадор обладает всем необходимым потенциалом для развития как внешнего, так и внутреннего туризма.

По итогам 2015 г. доходы от внутреннего туризма превысили 900 млн. долл. США.

В основе законодательного регулирования туристической индустрии лежит «Закон о туризме», в соответствии с которым стимулирование развития внутреннего туризма является одной из задач государственной политики. Законом определено участие муниципальных властей в продвижении туризма в рамках программы по децентрализации регионов. Важную роль в расширении туристического сектора играет малый бизнес, а также местное население и индейские общины,

Важным механизмом, стимулирующим развитие туризма, является государственный проект «Пландэтур 2006–2020 гг.». На его реализацию ежегодно выделяется финансирование, в том числе на программу «Социальный туризм и досуг как неотъемлемые права граждан». Организаторами социальных поездок для детей, пенсионеров, инвалидов и многодетных семей выступают местные власти. В задачи провинциальных властей входит модернизация соответствующей инфраструктуры в регионе, повышение туристической привлекательности, а также привлечение иностранных инвестиций.

Наряду с этим в стране существует практика установления льготных тарифов для граждан Эквадора на авиаперелеты, туры и билеты при посещении национальных парков, музеев и других достопримечательностей.

Ямайка

Информация МИД России

В Ямайке реализуются специальные программы по популяризации оздоровительных и экологических туров для всех слоев населения.

В 2009 г. правительством Ямайки был принят план по развитию туристической отрасли, наметивший этапы реформирования законодательной базы в области обеспечения гарантий по инвестициям в туристический бизнес. Согласно утвержденным в 2013 г. целям развития национального турсектора продолжается расширение направлений кратковременного отдыха жителей островных коммун (в т.ч. в форме дешевых туров), а также определение новых форм туризма, призванных повысить бюджетную эффективность от турдеятельности.

Статистические данные

РОСТ МИРОВОГО ТУРИЗМА (млн. международных прибытий)

	1980	1995	2010	2020*	2030*	Среднегодовой рост в 2010- 2030 гг. (%)
Мир	277	528	940	1360	1809	3,3
Европа	177,3	304,1	475,3	620	744	2,3
Северная и Южная Америка	62,3	109	149,7	199	248	2,6
Азиатско-Тихоокеанский регион	22,8	82	204	355	535	4,9
Африка	7,2	18,9	50,3	85	134	5
Ближний Восток	7,1	13,7	60,9	101	149	4,6

*прогноз

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO)

ВКЛАД ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ВВП И ЗАНЯТОСТЬ В 2015 ГОДУ



ВКЛАД ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ВВП ПО ВИДАМ (%)



Страны-лидеры по прибытию зарубежных туристов

	Страны	Млн. туристов	
		2014	2015
1.	Франция	83.7	84.5
2.	США	75.0	77.5
3.	Испания	64.9	68.2
4.	Китай	55.6	56.9
5.	Италия	48.6	50.7
6.	Турция	39.8	39.5
7.	Германия	33.0	35.0
8.	Великобритания	32.6	34.4
9.	Мексика	29.3	32.1
10.	Россия	29.8	31.3

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO)

Топ-10 стран-лидеров по доходам от туризма

	Страны	Доходы от туризма в 2015 году (\$ млрд)	Изменение к 2014 году (%)
1.	США	204.5	6.9
2.	Китай	114.1	8.3
3.	Испания	56.5	-13.2
4.	Франция	45.9	-21
5.	Великобритания	45.5	-2.3
6.	Таиланд	44.6	16
7.	Италия	39.4	-13.3
8.	Германия	36.9	-14.9
9.	Гонконг	36.2	-5.8
10.	Макао	31.3	-26.4

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO)

Граждане каких стран больше всего тратят на туризм

	Страны	Совокупные расходы в 2015 году (\$ млрд)	Расходы на душу населения (\$)
1.	Китай	292.2	213
2.	США	112.9	351
3.	Германия	77.5	946
4.	Великобритания	63.3	972
5.	Франция	38.4	598
6.	Россия	34.9	239
7.	Канада	29.4	820
8.	Корея	25	493
9.	Италия	24.4	402
10.	Австралия	23.5	978

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO)

Траты россиян в зарубежных поездках*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Всего (\$ млрд)	20.85	26.43	32.30	42.08	52.77	49.30	34.10
Из них в странах дальнего зарубежья (%)	88	89	91	91	93	96	96

* Показатель включает все расходы россиян за рубежом на товары и услуги, приобретаемые для собственных нужд или безвозмездной передачи другим лицам.

Источник: Платежный баланс РФ

Где отдыхают россияне (%)*

Страна	2015	2016
За границей	7.7	5.7
На территории РФ (в других регионах)	23	22.1
Дома, на даче, за городом	45.1	44.8
Не отдыхают	28.3	31.5

* Допускалось несколько вариантов ответа.

Источник: мониторинг НИУ ВШЭ, июнь 2016 года.

При подготовке информации использованы данные «Барометра международного туризма UNWTO», издательского дома «Коммерсантъ».

Совет Федерации
Федерального Собрания Российской Федерации
Комитет Совета Федерации по социальной политике
Аналитическое управление Аппарата Совета Федерации

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

№ 47 (646)

Анализ зарубежного опыта развития
внутреннего и въездного туризма

Составители:
Аникеева О.Б., Абрамова Т.В., Кутейникова А.А., Титов С.Н.

Электронная версия аналитического вестника размещена
в сети «Инtranет» Совета Федерации в разделе «Информационные материалы»
и в сети «Интернет» (www.council.gov.ru) в разделе «Аналитические материалы»
Контактные телефоны: 8 (495) 697-44-87, 8 (495) 697-47-25
При перепечатке и цитировании материалов ссылка на настоящее издание обязательна

Подписано в печать 10.11.2016 г. Формат 21 x 29,7
Тираж .. экз. Заказ № ...

Отпечатано в отделе подготовки и тиражирования документов
Управления информационных технологий и документооборота
Аппарата Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации