



АДМИНИСТРАЦИЯ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

от «13» июля 2020 года № 167-ра

г. Кострома

Об утверждении Стратегии развития туризма в Костромской области на период до 2035 года

В соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р, Законом Костромской области от 30 мая 2013 года № 365-5-ЗКО «О поддержке развития туризма в Костромской области»:

1. Утвердить прилагаемую Стратегию развития туризма в Костромской области на период до 2035 года (далее – Стратегия).

2. Исполнительным органам государственной власти Костромской области руководствоваться положениями Стратегии при разработке государственных программ Костромской области и иных программных документов.

3. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований Костромской области руководствоваться положениями Стратегии при разработке муниципальных программ и иных программных документов.

4. Департаменту экономического развития Костромской области совместно с заинтересованными исполнительными органами государственной власти Костромской области в 4-месячный срок со дня официального опубликования настоящего распоряжения представить в администрацию Костромской области проект плана мероприятий по реализации Стратегии.

5. Настоящее распоряжение вступает в силу со дня его официального опубликования.

п.п. Губернатор области

С. Ситников



Приложение

УТВЕРЖДЕНА
распоряжением администрации
Костромской области
от «13» июля 2020 г. № 161-ра

СТРАТЕГИЯ развития туризма в Костромской области на период до 2035 года

Раздел I. Общие положения

1. Стратегия развития туризма в Костромской области (далее – Стратегия) является базовым документом, определяющим цели, задачи, приоритеты и механизмы развития туристской отрасли в регионе. Это инструмент формирования планов и программ развития исполнительных органов государственной власти Костромской области, органов местного самоуправления муниципальных образований Костромской области, ориентации предпринимательской активности и граждан в сфере туризма на период до 2035 года.

2. Стратегия направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Костромской области за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, усиление социальной роли туризма и обеспечение доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для граждан Российской Федерации.

3. Целями Стратегии являются:

1) комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Костромской области за счет создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках;

2) усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации.

4. Задачи Стратегии:

1) обеспечение роста экономики и качества жизни населения региона за счет развития туризма;

2) участие в крупных федеральных проектах, проектах государственно-частного партнерства и муниципально-частного партнерства в сфере туризма;

3) выравнивание муниципальных диспропорций в части обеспечения туристскими услугами;

- 4) повышение качества сервиса и уровня подготовки специалистов туристской индустрии;
- 5) формирование доступной и комфортной туристской среды;
- 6) нивелирование сезонности туризма;
- 7) укрепление региональных позиций на российском и международном туристских рынках;
- 8) продвижение регионального туристского продукта на внутреннем и мировом рынках;
- 9) проведение массовых международных федеральных и региональных событийных мероприятий, нацеленных на привлечение туристов в регион;
- 10) увеличение продолжительности пребывания гостей в регионе;
- 11) переводение транзитного потока экскурсантов в категорию туристов, совершающих в регионе минимум 1 ночевку.

5. При решении указанных задач необходимо руководствоваться следующими принципами:

- 1) использование комплексного подхода при развитии туризма, учитывающего экономические, социальные, культурные, экологические и другие аспекты развития туристской отрасли;
- 2) усиление роли туризма в патриотическом воспитании, просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения региона;
- 3) обеспечение межкультурной коммуникации, межрегионального и международного взаимодействия при развитии туризма;
- 4) развитие туризма с учетом минимизации негативного воздействия на окружающую среду, экологических и социокультурных рисков, необходимости обеспечения безопасности при планировании развития туризма.

6. Реализация целей Стратегии направлена на увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии региона.

Туризм является одной из отраслей экономики, которая одновременно играет социальную и экономическую роли. Социальная роль туризма реализуется через удовлетворение потребности населения в отдыхе, впечатлениях и личностном развитии. Ключевой задачей Стратегии и условием реализации социальной функции туризма является повышение доступности туризма для населения, обеспечение необходимого разнообразия через формирование туристского продукта с учетом половозрастных и иных особенностей населения.

Среди важных социальных следствий развития туризма для населения наибольшее значение имеют оздоровление, рост продолжительности жизни, укрепление института семьи, интеллектуальное, духовное, творческое развитие, патриотическое воспитание за счет развития детского и юношеского туризма, социальная адаптация.

Экономическая роль туризма проявляется, прежде всего, в ускорении экономического роста Костромской области, обеспечении занятости населения. Туризм является одной из отраслей с наибольшими мультипликативными эффектами для экономики. Инвестиции в объекты туристской индустрии формируют добавленную стоимость в транспорте, торговле и сфере услуг, строительстве и производстве строительных материалов и других видах экономической деятельности. Важным социально-экономическим эффектом развития туризма для населения, участвующего в формировании и оказании услуг, является рост занятости и доходов населения, формирование предпринимательской культуры.

Раздел II. Текущее состояние и потенциал развития туризма в Российской Федерации

7. Динамика развития отрасли в последние годы характеризуется ростом большинства показателей. По данным Федеральной службы государственной статистики номерной фонд и вместимость коллективных средств размещения по сравнению с 2011 годом выросли почти в 1,7 раза. В 2017 году был достигнут уровень – 254 млн. ночевок (в 1,5 раза больше показателя 2012 года).

8. Туристский сектор Российской Федерации сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики. По данным Комитета по туризму Организации экономического сотрудничества и развития в последние годы отрасль формирует 3,8% валового внутреннего продукта страны и 0,7% общей численности занятых, что значительно ниже, чем в ряде развитых стран мира. При этом валовая добавленная стоимость в сфере туризма в Российской Федерации в 2017 году составила около 0,9 тыс. долларов США на 1 жителя, что в 1,4 раза меньше, чем в США, в 2,1 раза меньше, чем в Германии, в 4,5 раза меньше, чем в Испании.

9. Экономическая отдача от созданных в последние годы туристских организаций стабильна. По данным Федеральной службы государственной статистики объем платных туристских услуг, реализованных в Российской Федерации турфирмами, за последние 3 года сохраняется на уровне около 160 млрд. рублей.

10. Субъекты малого и среднего предпринимательства играют важную роль в развитии российской туристской отрасли. Благодаря усилиям органов власти, общероссийских некоммерческих организаций, выражающих интересы предпринимателей, а также институтов развития по внедрению мер поддержки создаются благоприятные условия для развития субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере туризма.

11. Сохраняется значительный потенциал роста роли туризма в социально-экономическом развитии субъектов Российской Федерации. За последние годы отмечается рост внутреннего туризма (54 млн. российских граждан, размещенных в коллективных средствах размещения в 2017 году,

против 32 млн. граждан в 2012 году). Места размещения, имеющиеся в регионах, по данным Федеральной службы государственной статистики заполняются в среднем не более чем на 35%. Средняя численность работающих по собирательной классификационной группировке видов экономической деятельности «Туризм» составила 1,19 млн. человек в 2017 году против 1,04 млн. человек в 2014 году. По данным Федеральной налоговой службы более 50% налогов, собранных от коллективных средств размещения и учреждений общественного питания, аккумулируются в столичных центрах – в г. Москве, г. Санкт-Петербурге.

12. Туристская активность россиян остается пониженной. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения в среднем лишь 45% жителей страны за последние 5 лет отдыхали в регионе, отличном от региона проживания. Это свидетельствует о необходимости дальнейшего повышения доступности туристских продуктов для жителей страны и стимулирования мотивации к совершению путешествий.

13. Въездной поток туристов в последние годы стабилен (по данным Федеральной службы государственной статистики в 2018 году приток иностранных туристов вырос на 0,7% (после сокращения в 2017 году) по сравнению с 2016 годом). Если рассматривать въездной поток без учета государств – участников Содружества Независимых Государств и Украины (значительная часть въезжающих из этих стран туристами фактически не являются), тенденции более позитивные – в 2018 году туристский поток на 11,2% превысил уровень туристского потока 2017 года и на 10% – уровень 2012 года, в том числе из-за притока участников и гостей чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года. По данным Всемирной туристской организации расходы въездного туриста в России ниже, чем в среднем по миру, и составляют менее 900 долларов США на 1 туриста (во Франции, Австрии, Испании – более 1 100 долларов США на 1 туриста). По данным Федеральной службы государственной статистики около 70% размещений всех въезжающих в Россию туристов приходится всего на две туристские территории – г. Москву, г. Санкт-Петербург.

14. Несмотря на некоторое снижение покупательской способности, россияне по-прежнему ежегодно совершают около 30–40 млн. туристских поездок за рубеж (42 млн. поездок в 2018 году, что на 14% меньше по сравнению с 2012 годом), тратя, по оценкам Всемирной туристской организации, в иностранных государствах до 35–40 млрд. долларов США в год.

15. По данным Федеральной службы государственной статистики около 60% туристских пакетов российских турфирм реализуются в иностранные государства, составляя конкуренцию отечественным туристским направлениям. Тем не менее, это свидетельствует о платежеспособном спросе, который может быть переориентирован на внутренний рынок при формировании конкурентного предложения.

16. Российская Федерация сохраняет потенциал роста своей доли в мировом рынке по количеству въездных туристов. По данным Всемирной туристской организации в 2017 году на 100 жителей Россия приняла 17 въездных туристов, Соединенные Штаты Америки – 54 человека, Испания – 261 человека, Франция – 309 человек.

17. Реализация потенциала роста отрасли во многом будет зависеть от качества инфраструктуры, которая требует постоянного обновления. За период с 2012 по 2017 год эффективность использования туристской инфраструктуры не выросла, а по отдельным показателям – снизилась. По данным Федеральной службы государственной статистики количество ночевок на 1 место в коллективных средствах размещения снизилось со 129,1 в 2012 году до 117 в 2017 году, коэффициент использования номерного фонда за период 2014–2016 годов в среднем составлял только 0,32. Негативное влияние на общую эффективность использования инфраструктуры оказывает ярко выраженная сезонность спроса. Для сравнения, по данным Всемирной туристской организации в 2016 году загрузка одного места в России составляла 35%, в Германии – 44%, в Испании – 60%. Несмотря на большой объем незагруженного номерного фонда, наблюдается дефицит туристской инфраструктуры, отвечающей потребительским ожиданиям туристов, ориентированных на международный уровень сервиса.

18. Ключевыми конкурентными преимуществами развития туризма в Российской Федерации являются наличие множества точек притяжения для внутренних и въездных туристов, имеющих в том числе общемировое значение для развития разнообразных видов туризма, ориентированных практически на любые группы потребителей. Так, количество объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в России составляет 18 единиц, количество объектов всемирного природного наследия ЮНЕСКО – 11 единиц. По этим показателям Российская Федерация занимает в общемировом рейтинге 10 и 4 места соответственно.

19. Ощутимо ограничивает спрос на туристский продукт в Российской Федерации высокая стоимость транспортировки туристов. По данным Всемирной туристской организации доля расходов на транспорт у иностранных туристов в России составила 40% общей суммы расходов в 2017 году (248 долларов США на 1 иностранного туриста), в Германии – 29%, в Соединенных Штатах Америки – 16%. Высокая стоимость транспортировки туристов связана как со значительными расстояниями поездок, так и с централизацией авиаперевозок через московский транспортный узел, недостаточным уровнем развития прямых чартерных перевозок внутри страны и др.

Раздел III. Текущее состояние и потенциал развития туризма в Костромской области

Глава 1. Сильные и слабые стороны

20. Туризм Костромской области сегодня – это развивающаяся отрасль экономики. Во многом этому способствуют как историко-культурные, территориальные, инфраструктурные конкурентные преимущества, так и работа исполнительных органов государственной власти Костромской области, органов местного самоуправления муниципальных образований Костромской области, турбизнеса, направленная на развитие туризма в регионе.

Согласно рейтингам, сформированным центром информационных коммуникаций «Рейтинг» и журналом «Отдых в России» и посвященным развитию внутреннего и въездного туризма, туристической привлекательности российских регионов, их туристскому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов, Костромская область на протяжении 2015 – 2019 годов входит в список субъектов с условным названием «Крепкие профи».

21. Сильные стороны туристской отрасли региона:

1) географическое расположение в относительной близости от регионов-доноров российского туристского потока (г. Москва, г. Санкт-Петербург);

2) наличие дифференцированного туристского продукта;

3) наличие уникальных памятников истории и культуры (в регионе существует более 3,5 тыс. объектов культурного наследия, действует 43 государственных, муниципальных и частных музея);

4) богатые природно-рекреационные ресурсы (так, природно-заповедный фонд Костромской области представлен 86 природными территориями, включающими 1 заповедник, 58 заказников, 18 памятников природы, 9 туристско-рекреационных местностей, на территории региона разработаны источники минеральных вод, имеются лечебные грязи);

5) наличие исконно костромских промыслов (ювелирного);

22. В то же время в отрасли присутствует ряд барьеров, без преодоления которых нельзя говорить о полной реализации потенциала развития:

1) невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии;

2) недостаток профессиональных кадров;

3) сезонная и территориальная неравномерность развития туризма;

4) низкая узнаваемость региона на зарубежных рынках и внутри страны, в том числе наличие нереализованных возможностей по развитию системы продвижения с применением современных информационных, маркетинговых и иных технологий;

5) слабая региональная маркетинговая политика и брендинг;

- 6) низкая инвестиционная привлекательность и незначительный объем финансовой государственной поддержки отрасли;
- 7) низкий уровень развития транспортной инфраструктуры и придорожного сервиса.

Глава 2. Вызовы

23. Ряд тенденций современного состояния туристской отрасли оказывает отрицательное влияние как на показатели туристского потока, так и на конкурентные позиции региона:

1) экономическая нестабильность.

К серьезным изменениям в туристических планах россиян привела пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-2019. Так, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения в 2020 году в летний период, являющийся для Костромской области высоким сезоном, 57% россиян планируют провести отдых дома (в 2019 году – 33%), 35% – на даче (в 2019 году – 27%). Также россияне планируют отдыхать в другом городе России (11%), на черноморском побережье Кавказа (6%). Поехать за границу собираются всего 5% (в 2019 году – 8%).

В качестве основных причин изменений в планах на отдых обозначены: новая коронавирусная инфекция (50%), карантин (34%), закрытие границ и запрет на выезд (11%). На 15 пунктов снизилась доля тех, кто называл в качестве причины смены планов падение рубля, экономический кризис, рост цен и повышение курса доллара/евро (с 17% до 2%);

2) изменение потребительского поведения туристов.

В период насыщения туристского рынка интересы гостей становятся менее однородными. Особое значение приобретает специализированный туризм по интересам, когда туристский продукт адресован не в целом туристам, а ориентирован на удовлетворение конкретных групп отдыхающих, индивидуальные особенности которых диктуют необходимость внедрения новых моделей обслуживания.

Радикальные изменения сферы информационных технологий, цифровых, мобильных и социальных платформ приводят к значительным изменениям в предпочтениях туристов, в их моделях поведения и принятии решений.

Существенно возрастает скорость доступа туристов к любой информации. Гости ожидают высокого уровня удобства. Все большую ценность приобретает время. С одной стороны это делает для них более простым сравнение ценовых и иных параметров туристского продукта, с другой стороны это ведет к перегруженности информацией и росту влияния эмоциональных и репутационных факторов при принятии решений.

В этих условиях традиционные сильные стороны региона будут уже не так важны для туристов. Возникает угроза потери туристского потока из-за недостаточного понимания их предпочтений и интересов.

Становится приоритетным развитие удаленных каналов взаимодействия, цифровых продуктов и сервисов.

Серьезное влияние на туристские предпочтения гостей будет иметь пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-2019. После стабилизации эпидемической ситуации покупка туров продолжится. Однако туристы значительно большее внимание станут уделять безопасности, санитарно-эпидемиологической обстановке, а также более тщательно продумывать свои путешествия;

3) возрастающая межрегиональная конкуренция.

В условиях изменения потребностей туристов усиливается конкуренция как со стороны традиционных участников туристской отрасли, так и со стороны «новых игроков». Туристский рынок и конкуренция становятся более динамичными, что требует большей оперативности и мобильности в принятии решений.

24. Новые вызовы создают новые угрозы и новые возможности:

1) возможности:

привлечение внимания к региону, как к территории, благоприятной для проведения всероссийских и международных туристских мероприятий;

привлечение инвесторов с целью развития туристской инфраструктуры;

привлечение новых туроператоров, в том числе международных, с целью развития рынка туристских услуг в Костромской области;

активная маркетинговая политика;

расширение спектра предлагаемых услуг, улучшение качества обслуживания и безопасности туристов;

создание новых конкурентоспособных туристских предложений и объектов, в том числе всесезонных;

2) угрозы:

перенаправление туристских потоков, ранее ориентированных на Костромскую область, в другие регионы вследствие обострения конкуренции;

рост цен на туристские услуги;

недостаточные темпы развития туристской инфраструктуры;

слабый обмен информацией и низкий уровень взаимодействия между участниками туристского рынка;

недостаточное бюджетное финансирование мероприятий по развитию туристской отрасли.

В рамках периода реализации Стратегии предстоит ответить на эти вызовы, создать дополнительные преимущества и стать одним из лидеров на российском рынке туристской индустрии.

Глава 3. Туристский поток

25. Расчет количества туристов, посетивших Костромскую область, осуществляется на основании Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации, утвержденного приказом Федерального агентства по туризму от 18 июля 2007 года № 69 «Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации» (далее – Порядок).

Базой для расчета согласно Порядку являются данные регулярных статистических наблюдений и обследований, проводимых муниципальными образованиями Костромской области, сформированных с учетом информации об объеме туристско-экскурсионных услуг, представленных объектами показа, коллективными средствами размещения (далее – КСР), туроператорами и турагентами Костромской области.

26. Получаемый в результате расчета результат в некоторой степени условен, так как один и тот же турист при посещении территории Костромской области будет учтен столько раз, сколькими средствами размещения он воспользуется в период своего путешествия. Таким образом, необходимо сформировать взвешенный, научно обоснованный подход к определению объема областного туристского потока.

27. В 2018 году объем туристского потока превысил 1 млн. человек. В среднем туристский поток ежегодно увеличивается на 6,4%. При этом он формируется на муниципальном уровне. В муниципальном разрезе туристский поток сконцентрирован в основном в г. Костроме – 65% (2018 год). При этом более 80% субъектов туристской индустрии также осуществляют деятельность в г. Костроме.

Глава 4. Деятельность туристских фирм

28. На территории региона деятельность в сфере туризма осуществляют 76 туристских фирм, более 80% из них работают в г. Костроме (2018 год). В туристском бизнесе преобладает турагентская деятельность, связанная с продвижением и реализацией готовых туристских продуктов. На долю посредников приходится 90% от общего числа туристских фирм региона.

29. Концентрация туристских фирм в регионе оценивается как достаточная (1,2 фирмы на 10 тыс. человек населения), поскольку значительно превышает средний по России показатель, а также показатели концентрации, сложившиеся в среднем по регионам Центрального федерального округа (далее – ЦФО). В Российской Федерации достигнут уровень концентрации 0,9 турфирмы на 10 тыс. человек населения, в ЦФО – 0,8 турфирмы.

30. Однако показатели продаж туристских пакетов (в натуральном выражении) костромских туристских фирм более низкие, чем в среднем по Российской Федерации и ЦФО. В 2018 году туристскими фирмами Костромской области по российским направлениям в среднем реализовано по 37 туристских пакетов, в то время как среднероссийские объемы реализации в 3,2 раза выше (120 туристских пакетов), в среднем по ЦФО – выше в 3,7 раза (137 туристских пакетов).

31. Количество реализованных населению туристских пакетов в 2018 году сократилось на 34,2% по сравнению с 2012 годом (по Российской Федерации – на 3,7%, по ЦФО – осталось на том же уровне). Снижение объемов реализации туристских пакетов обусловлено в том числе более глубоким спадом количества туристских пакетов на поездки за рубеж (в Костромской области – на 42,9%, в среднем по Российской Федерации – на 31,1%, по ЦФО – на 17,8%).

Глава 5. Деятельность коллективных средств размещения

32. По итогам 2018 года в Костромской области работает 116 КСР, которые представлены в различных форматах. В их структуре 77% приходится на организации гостиничного типа, 23% – на специализированные (санатории, профилактории, организации отдыха).

33. КСР региона можно охарактеризовать как сравнительно небольшие: средняя вместимость КСР Костромской области составляет 72 человека, в то время как в среднем по Российской Федерации вместимость приближается к уровню 86 человек, в среднем по ЦФО – 117 человек, а в регионах туристского маршрута «Золотое кольцо России» – 102 человека.

34. Важной характеристикой деятельности КСР, напрямую влияющей на эффективность их работы и результаты всей отрасли, является продолжительность пребывания туристов в местах размещения. В КСР Костромской области этот показатель составляет 3,2 дня на 1 размещенное лицо, что соответствует среднему уровню по регионам туристского маршрута «Золотого кольца России» (3,3), по ЦФО (3,1) и по России (3,8). В КСР гостиничного типа останавливаются в среднем на 2 дня, в специализированных КСР – на 14 дней.

35. КСР Костромской области в среднем используются на 31%, что соответствует среднероссийскому уровню. То есть нельзя говорить о том, что в регионе не хватает средств размещения. Однако стоит иметь в виду, что почти половина гостиниц находится в областном центре, и отдельные муниципальные образования Костромской области могут испытывать недостаток средств размещения.

36. В 2018 году в регионе значительно выросла доля номеров высшей категории, составив 7% от номерного фонда (в 2017 году – 4%). По ЦФО данный показатель составил 6%, по России – 5%.

37. Численность лиц, размещенных в КСР Костромской области, в 2018 году составила 292,4 тыс. человек. Из них 78% размещались в гостиницах, 22% – в специализированных средствах размещения. Преимущественно это граждане России (97%). На долю иностранных граждан приходится лишь 3% (81% – из стран вне СНГ, 19% – из стран СНГ).

38. Основной целью посещения Костромской области туристы, размещенные в КСР, называют чаще всего проведение отпуска, досуг и отдых (62%), с деловыми и профессиональными целями приезжают 22%, для лечения и оздоровления регион посещает 8%, для образования и профессиональной подготовки – 1%, прочие цели назвали 6%.

Глава 6. Вклад туризма в социально-экономическое развитие Костромской области

39. Вклад от туризма оценивается по собирательной классификационной группировке видов экономической деятельности «Туризм» на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2).

В 2019 году туризм с учетом мультипликативного эффекта сформировал 4% налоговых доходов консолидированного бюджета Костромской области (992,2 млн. руб.).

40. Каждый рубль уплаченных налогов в сфере туризма и гостеприимства способствует пополнению бюджета на 10 рублей от смежных отраслей.

41. В 2018 году доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте (далее – ВРП) составила 1,4%.

Глава 7. Экспертная оценка налоговой отдачи туристской индустрии

42. Оценка экономического воздействия туризма основана на расходах туристов: проживании, питании, культурных и досуговых мероприятиях, транспорте, сувенирах, потребительских товарах и бытовых услугах, комиссионных турагентств. Для определения экономической эффективности от туристов/экскурсантов анализ проведен с условным разделением на категории с учетом уровня используемого сервиса:

1 категория – экскурсанты (не оплачивают ночевку в КСР, не оплачивают обеды в предприятиях общественного питания, не пользуются услугами туристских фирм и транспортом для обзорной экскурсии, посещают в среднем 3 музея, покупают сувениры, потребительские товары);

2 категория – туристы, останавливающиеся у родственников и знакомых в среднем на 3 дня без оплаты места размещения (питаются, используют транспорт для перемещения, посещают музеи, выставки,

культурно-досуговые мероприятия, покупают сувениры, потребительские товары);

3 категория – туристы – останавливаются в КСР в среднем на 2 дня (среднее значение по КСР гостиничного типа). Для целей анализа туристы сгруппированы по виду размещения:

3а категория – с экономичным размещением в хостелах, меблированных комнатах (с 1 ночевкой, питанием вне места размещения, использованием транспорта для перемещений, посещением 3-х объектов показа, использованием досуговых мероприятий, приобретающих сувениры, потребительские товары);

3б категория – с улучшенным размещением (с 1 ночевкой в гостинице, оплатой питания вне места размещения, использованием услуг туристских фирм, транспорта для обзорной экскурсии, посещением музеев с использованием услуг гида, активным посещением культурно-досуговых мероприятий, с покупкой сувениров и потребительских товаров);

4 категория – отдыхающие в санаториях, домах отдыха со средним сроком пребывания 14 дней (оплачивают стоимость путевки, используют услуги туристских фирм для посещения музеев, монастырей, покупают сувениры, потребительские товары).

43. Исходя из особенностей расходов выделенных категорий туристов и экскурсантов, их расходы составляют в среднем от 1 050 рублей в день (2 категория) до 7 100 рублей (3б категория). В среднем расходы 1 туриста/экскурсанта в регионе составляют 3 000 рублей.

44. Исходя из объема туристского потока 2017 года в 955,2 тыс. человек, с учетом статистических сведений о деятельности КСР и туристских фирм оценена численность туристов по каждой категории, а также экономический эффект от их пребывания:

Категории туристов/экскурсантов (условно)	Экономический эффект		
	расходы 1 туриста/ экскурсанта/ день	туристский поток – 955,2 тыс. чел.	вклад в доход от туристской отрасли
1	2	3	4
1. Экскурсанты: посещают в среднем 3 музея, покупают сувениры, потребительские товары		70% от величины турпотока	26% – за счет высокой численности
2. Туристы у родственников на 3 дня: питаются, используют транспорт, посещают мероприятия, музеи, покупают сувениры, потребительские товары	от 1 050 руб.	30% от величины турпотока	
3. Туристы в КСР на 2 дня/1 ночь: размещаются, питаются, используют транспорт, посещают	в среднем 3 000 руб.		

1	2	3	4
мероприятия, музеи, покупают сувениры, потребительские товары, пользуются услугами турфирм			
3а – размещение эконом			
3б – улучшенное размещение	до 7 100 руб.		36% – за счет высокой стоимости
4. Отдыхающие в санаториях, домах отдыха: оплачивают путевку в среднем на 14 дней, используют услуги турфирм, транспорт, посещают мероприятия, музеи, покупают сувениры, потребительские товары			32% – за счет длительности пребывания

45. Анализ показывает, что максимальный налоговый эффект можно получить при увеличении продолжительности нахождения гостей в регионе, то есть перевести «транзитный» поток экскурсантов в категорию «туристов, остающихся в регионе на ночь», а также за счет преимущественного размещения гостей в гостиницах с высоким уровнем сервиса. В ходе анализа оценен экономический эффект от структурных изменений туристского потока.

Если 1% численности экскурсантов из 1 категории перевести в категорию 3б, то прирост налоговых доходов консолидированного бюджета региона составит около 2 млн. рублей.

Если 1% численности туристов, остающихся в КСР гостиничного типа региона, останутся на 3 дня и 2 ночи, то прирост налоговых доходов консолидированного бюджета региона составит около 0,4 млн. рублей.

Глава 8. Системные меры поддержки

46. Современные тенденции развития внутреннего и въездного туризма определяют необходимость повышения конкурентоспособности туристского продукта, а также важность создания благоприятных условий для привлечения инвестиций. В Костромской области предусмотрен следующий комплекс мер, направленных на поддержку инвесторов:

1) льготы и пониженные налоговые ставки по налогам, подлежащим зачислению в областной бюджет, со дня включения инвестиционного проекта в Реестр инвестиционных проектов Костромской области на срок полной окупаемости проекта, но не более расчетного срока окупаемости:

понижение налоговой ставки налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет, на величину до 4,5%;

льготы и пониженные налоговые ставки по налогу на имущество организаций в отношении созданного и (или) приобретенного имущества, а также в отношении достроенного, дооборудованного, реконструированного,

