**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

1. Основные положения въездного туризма

1.1 Основы организации

1.2 Правовая основа

1.3 Безопасность при оказании туристско-экскурсионных услуг

1.4 Этика туризма

1.5 Инкаминг как вид коммерческой деятельности на туристическом рынке

1.6 Принципы государственного регулирования

2. Современное состояние и проблемы въездного туризма в России

2.1 Статистика въездных потоков в Российскую Федерацию

2.2 Анализ рынка и статистика въездных потоков в Санкт-Петербург

**2.3** Проблемы въездного туризма в Санкт-Петербурге

3. Организационные управленческие решения в туристско-экскурсионном обслуживании иностранных неорганизованных туристов в Санкт-Петербурге (на базе Городского туристско-информационного центра)

3. 1 Решение проблемы размещения туристов

3.2 Решение проблемы снижения потока туристов в несезон

3.3 Решение проблемы недостатка объектов туристской инфраструктуры

3.4 Решение проблемы информационного вакуума

3.4.1 Экскурсионная программа для англоязычных туристов

3.5 Туриндустрия Санкт-Петербурга в период кризиса

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность темы данной работы тесно связана с основными приоритетами социально-экономической политики Российской Федерации на ближайшее десятилетие, которые были сформулированы Президентом РФ в посланиях Федеральному Собранию России. Основной упор этого документа акцентируется на существенном увеличении ВВП, уменьшении бедности и роста благосостояния людей и необходимости преодоления инерционного энергосырьевого сценария развития страны, особенно в период мирового финансового кризиса, что требует развития альтернативных направлений, создающих стимулы для диверсификации экономики регионов страны. Широкая поддержка развития въездного туризма одна из возможных альтернатив, способной дать толчок для стабильного развития экономики нашей страны.

В выступлении на расширенном заседании Государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года» 8 февраля 2008 года Президент Российской Федерации обратил внимание на то, что основные усилия должны быть направлены именно на те сферы, которые прямо определяют качество жизни граждан. Правительство Санкт – Петербурга, в свою очередь, признало развитие туризма стратегическим направлением своей деятельности. Оно объявило 17 инициатив, направленных на реализацию «Концепции развития Санкт – Петербурга как туристского центра в 2005 – 2010 гг.», т.е. концепции «Стратегия три пятерки», в одной из первоочерёдной среди них названа инициатива по обеспечению информационной поддержки туристов в Санкт-Петербурге. Решению задач по разработке конкретных мероприятий для реализации этой инициативы направлена данная работа, что так же подтверждает актуальность её темы.

Въездной туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики въездной туризм не приводит к истощению природных ресурсов и проявляет бóльшую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках.

Целью дипломной работы является разработка управленческих решений по совершенствованию туристско-экскурсионного обслуживания иностранных туристов, разработка англоязычной экскурсионной программы для информационной поддержки иностранных неорганизованных туристов в Санкт-Петербурге.

Задачи, которые необходимо решить для достижения цели:

1. Проанализировать федеральный и региональный рынок въездного туризма;
2. Определить проблемы туристско-экскурсионного обслуживания иностранных неорганизованных туристов в Санкт-Петербурге;
3. Предложить организационные управленческие решения в области туристско-экскурсионного обслуживания иностранных неорганизованных туристов;
4. Разработать экскурсионную англоязычную программу по Санкт-Петербургу для иностранных неорганизованных туристов.

Объектом исследования данной дипломной работы является Городской туристско-информационный центр «ГТИЦ», предметом исследования –туристско-экскурсионное обслуживание иностранных неорганизованных туристов в Санкт-Петербурге.

Для решения поставленной задачи произведено изучение нормативно-правовых актов законодательной и исполнительной власти, ведомственные, отраслевые, правовые и нормативные документы, инструктивные материалы, учебные материалы, отражающие сущность рассматриваемой проблемы, периодические издания и статистические материалы, выводы и заключения экспертов работающих в области въездного туризма.

**1 Основные положения въездного туризма**

**1.1 Основы организации**

Организация въездного туризма представляет собой составную часть национальной экономической системы, комплекс предприятий сферы услуг, обеспечивающих выполнение трех основных функций:

— производство национального туристического продукта;

— управление национальным туристическим продуктом;

— продвижение и продажу национального туристического продукта непосредственным его потребителям.

Следовательно, в составе национальной туристической индустрии можно выделить три главных звена — производителей, продавцов и управленцев национальным туристическим продуктом.

Производство въездного туристического продукта можно понимать в широком и узком смыслах. В широком смысле — производство турпродукта представляет собой процесс его создания «с нуля» (то есть с уровня туристических услуг), основываясь на факторах (туристические ресурсы, капитал, трудовые ресурсы), средствах (инфра- и супраструктура) и технологиях производства. В этом случае в состав производителей относятся, помимо непосредственно туроператоров и поставщики туристических услуг (отели, транспортные компании, предприятия общественного питания, экскурсионные бюро, страховщики и т. д.). В узком смысле производство туристического продукта заключается непосредственно в туроперейтинге — то есть процессе формирования туристического пакета из единичных туристических услуг поставщиков.

Условно туристический продукт можно разбить на два уровня. Первый уровень производства, результатом которого является создание туристических услуг, основывается на деятельности поставщиков. Второй уровень (туроператорский) из созданных туристических услуг формирует имеющие ценность для рядового потребителя туристические пакеты, представляющие собой комплекс туристических услуг, согласованных по времени, месту, очередности их оказания, по цене и качеству.

В ходе путешествия турист, как и любой другой человек, испытывает ряд потребностей. Они специфичны, поскольку возникают только в ходе перемещения человека за пределы его постоянного места жительства на срок более суток и условно делятся на:

— основные, определяемые естественными потребностями человека (проживание, питание, отдых, сон) и существующими правилами и правовыми режимами совершения туристических поездок (например, выполнение туристических формальностей, страхование);

— дополнительные, определяемые целями тура и особенностями личности туристов (экскурсионное обслуживание, развлечения, анимация и т. д.).

Туристические услуги — это материальные или нематериальные блага, предназначенные для удовлетворения основных или дополнительных туристских потребностей.

Туристические услуги имеют ряд характерных особенностей:

— несмотря на свою ориентированность на путешествующего клиента, поодиночке они не имеют никакой для него ценности. К примеру, для человека абсолютно бесполезна услуга иностранного гостиничного предприятия, если отсутствуют транспортные услуги, и, следовательно, турист при всем своем желании не сможет попасть в данный отель и потребить услугу размещения;

— они неотделимы от туристических ресурсов, поскольку последние являются неотъемлемым фактором производства туристических услуг;

— как и любая другая услуга, они обладают такими характеристиками, как невозможность к хранению, складированию, динамичность качества (в зависимости как от субъективных характеристик потребителя, так и от профессионализма продавца).

Круг производителей туристических услуг неограничен, поскольку в принципе любая услуга способна стать туристической, то есть ориентированной на удовлетворение потребностей туристов.

Формирование турпакета (туроперейтинг) — этап создания конечного товара, имеющего ценность для потенциального потребителя (туриста).

Формирование туристического продукта заключается в:

— создании комплекса туристических услуг, согласованных по времени, месту, качеству, цене, порядку и продолжительности их оказания туристу;

— ценообразовании готового турпродукта;

— формировании ассортимента турпродукции и модификаций турпродукта в зависимости от типов клиентов, типов туров, продолжительности поездки, качества входящих в состав туристического пакета услуг поставщиков...

— придании итоговому турпродукту максимальной привлекательности и конкурентных преимуществ.

Таким образом, турпродукт, в отличие от туристических услуг — более объемный и дорогой товар, главной отличительной характеристикой которого является ценность для потребителя. Стоит отметить, что потребитель может воспользоваться туристическими услугами только при условии их включения в состав турпакета. Поэтому турпродукт это качественно новый вид товара, отличный от простого набора туристических услуг, имеющий большую полезность для потребителя, чем просто суммарная ценность его компонент (тур-услуг).

Как комплекс туристических услуг турпродукт должен отвечать следующим требованиям:

— быть полностью готовым к использованию рядовым потребителем;

— быть безопасным и отвечать общепринятым стандартам качества;

— потребление турпродукта не должно вызывать значительных напряжений здоровья и физических сил туристов;

— учитывать особенности мест пребывания и графика работы объектов туристского показа;

— полностью удовлетворять целям тура;

— давать возможность туристам для удовлетворения их вторичных потребностей (например приобретение сувениров, дополнительное свободное время и т. д.) во время тура;

— иметь возможность к собственной модификации и адаптации продукта в зависимости от времени года и сезона, категорий туристов (национальность, средний возраст группы, доход), изменения туристских формальностей (визовый режим, таможенный режим и т. д.), непредвиденных обстоятельств (задержка транспортных средств, трафик, экологическое загрязнение, заболевание туристов и т. д.).

Кроме того, туристический продукт должен быть максимально привлекательным для контактной аудитории туристов. Среди факторов, определяющих привлекательность турпродукта, можно выделить:

— уникальность туристической программы (маршрут, продолжительность программы, фирменное наименование программы, время проведения тура...);

— уникальность посещаемых и демонстрируемых в ходе тура объектов показа и туристических ресурсов (при этом необходимо учитывать фактор известности и доступности туристических ресурсов);

— конкурентные преимущества входящих в состав турпакета туристических услуг (размещение, перевозки, экскурсионные программы...);

— цена туристического продукта;

— уникальность туристического сервиса (начиная от возможностей моментального подтверждения и бронирования в режиме реального времени и заканчивая наличием в ходе тура анимационных и развлекательных программ).

Процесс формирования въездных туров, как и любая другая коммерческая деятельность в рыночных условиях, начинается с изучения потребностей рынка, выявления отличительных особенностей нужд и предпочтений потребителей конкретного сегмента рынка, на который в дальнейшем и будет ориентироваться маркетинговая деятельность туроператора. В результате этого этапа идентифицируются требования к качеству туристического продукта, формируются основные черты привлекательного (для потребителей определенной аудитории) турпакета.

Параллельно с изучением потребностей туристического рынка необходимо идентифицировать основных поставщиков, услуги которых в дальнейшем будут использоваться при формировании туристического пакета (отели, перевозчики, экскурсионные бюро и т. д.). Предложения всех имеющихся на рынке поставщиков туристических услуг должны быть изучены с позиций качества и цены. С наиболее перспективными перевозчиками туроператор устанавливает договорные отношения с целью обеспечения правовой основы включения их услуг в собственный туристический продукт.

**1.2 Правовая основа**

В любой деятельности, особенно связанной с международными сделками, самым актуальным является вопрос согласованных и принятых за основу определений, понятий, терминов, позволяющих адекватно толковать предмет, объект и условия сделки, принципы и положения нормативных актов. Разночтения в толковании применяемых терминов могут иметь самые неблагоприятные последствия в практических действиях субъектов туристской деятельности.

Туристская терминология существенно изменяется вслед за стремительным развитием как общественных отношений, так и собственно туризма, его отраслей и видов.

Когда мы говорим о туристе, то подразумеваем человека, который в свободное время путешествует, ходит в походы, ездит верхом, катается на лыжах, осматривает достопримечательности, принимает солнечные ванны, и, наконец, просто наслаждается окружающим миром.

Можно включить в наше представление о туристах и людей, приезжающих в другие города и даже страны для участия в различных съездах, конференциях, научных исследованиях или в обучающих турах.

Путешествуя, эти люди используют различные виды транспорта: начиная от мотоциклов и велосипедов и заканчивая реактивными самолетами.

Для того чтобы установить значение туризма и полнее описать сферу его деятельности, необходимо в первую очередь выделить группы взаимодействующих в этой сфере субъектов.

1. Туристы — люди, испытывающие различные психические и физические потребности, природа которых определяет направления и виды участия этих людей в туристской деятельности.

2. Организации, предоставляющие туристам товары и услуги — коммерческие структуры, которые видят в туризме возможность получать прибыль посредством предоставления товаров и услуг с учетом спроса на туристском рынке.

3. Местные органы власти. Рассматривают туризм как важный фактор экономики, связанный с доходами, которые местные граждане могут получать от этого бизнеса в виде налогов, поступающих в местный бюджет.

4. Принимающая сторона— местное население, воспринимающее туризм в первую очередь как фактор создания новых рабочих мест. Для этой группы важным является результат взаимодействия с туристами, в том числе иностранными.

Российское законодательство базируется в первую очередь на новом Федеральном законе «О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации», утвержденном Государственной думой РФ феврале 2007 г. Этот закон имеет следующие направления деятельности:

• обеспечение и защиту закрепленных Конституцией Российской Федерации прав граждан Российской Федерации на отдых, свободу передвижения и иных прав при занятии туризмом;

• общие принципы разграничения полномочий в области туризма и туристской индустрии между органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации;

• цели, принципы и приоритетные направления государственной политики в области туризма и туристской индустрии, порядок рационального использования туристских ресурсов;

• правовые основы единого туристского рынка Российской Федерации;

• порядок осуществления и публичной организации предпринимательской и иной экономической деятельности субъектов туристской индустрии, в том числе права, обязанности и ответственность юридических и физических лиц при оказании услуг в сфере туристской индустрии.

В соответствии с указанным выше Федеральным законом, приняты следующие определения основных понятий:

туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;

туристская деятельность – туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

туризм выездной – туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

туризм въездной – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

туризм международный – туризм выездной или въездной;

туризм социальный – туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

туризм самодеятельный – туризм, организуемый туристами самостоятельно;

турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;

туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников;

туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта;

туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее – туроператор);

турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее – турагент);

заказчик туристского продукта – турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

формирование туристского продукта – деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

продвижение туристского продукта – комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

реализация туристского продукта – деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором;

экскурсант – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;

экскурсовод (гид) – профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

гид-переводчик – профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

инструктор-проводник – профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов;

туристская путевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности»

**1.3 Безопасность при оказании туристско-экскурсионных услуг**

При оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов, как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и т. п.), возникающих в стране путешествий.

Риск для жизни и здоровья человека в туристско-экскурсионном обслуживании возникает в условиях:

* cуществования источников риска;
* проявления данного источника на опасном для человека уровне;
* подверженности человека воздействию источников опасности.

Вредные факторы (факторы риска) в туризме могут быть классифицированы следующим образом:

* травмоопасность;
* воздействие окружающей среды;
* пожароопасность;
* биологические воздействия;
* психофизиологические нагрузки;
* опасность излучений;
* химические воздействия;
* повышенная запыленность и загазованность;
* прочие факторы;
* специфические факторы риска.

Требования к безопасности обслуживания для конкретных видов туристских услуг устанавливаются нормативной документацией на соответствующие виды услуг: государственными стандартами, Правилами, Уставами, Кодексами и другими.

Туристские предприятия обязаны ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению.

Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания.

Информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровья туристов в процессе обслуживания, предоставляется в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

Контроль за выполнением требований безопасности туристов обеспечивают органы государственного управления, осуществляющие контроль за безопасностью в соответствии с их компетенцией (Федерация служб безопасности и охранных предприятий, Министерство внутренних дел).

Контроль осуществляется в начале сезона при проверке готовности туристского предприятия и трассы к эксплуатации, а также в ходе текущих проверок.

Основную функцию обеспечения безопасности туристов выполняет Главное управление внутренних дел по г. Санкт-Петербургу и Ленобласти. Однако, после принятия в 1992 году закона «О частной охранной и детективной деятельности», частные охранные предприятия также получили право заниматься обеспечением безопасности, использовать огнестрельное оружие и специальную технику.

С 1995 года в Санкт-Петербурге функционирует «Федерация служб безопасности и охранных предприятий», целью которой стало усиление роли негосударственных организаций в обеспечении безопасности личности, собственности и предпринимательства. Федерация сотрудничает с другими организациями, работающими в сфере безопасности: по производству и монтажу технических средств охраны, по обеспечению информационной безопасности, по поставке оборудования и оружия и т.д. Федерацией разработан и осуществляется ряд программ, например: «Система подготовки кадров для охраны иностранных граждан на территории России», «Программа обеспечения безопасности туризма», «Система безопасности пассажиров и грузов на транспорте в пределах Северо-Западного региона».

Основы безопасного туризма регламентируются государственным стандартом РФ – ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

Настоящий стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов (далее – туристов), методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг.

Стандарт предназначен для предприятий и всех организационно-правовых форм и граждан-предпринимателей (далее – туристских предприятий), оказывающих туристские услуги населению.

В настоящем стандарте используются ссылки на следующие документы:

ГОСТ 1.0-92 Государственная система стандартизации Российской Федерации. Основные положения

ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения

ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ. Пожарная безопасность. Общие требования

ГОСТ 12.1.005-88 ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны

ГОСТ 12.1.036-81 ССБТ. Шум. Допустимые уровни в жилых помещениях и общественных зданиях

ГОСТ 25478-91 Техническое состояние автотранспортных средств

Руководство ИСО/МЭК 2 Общие термины и определения в области стандартизации и смежных видов деятельности

Руководство ИСО/МЭК 51 Общие требования к изложению вопросов безопасности при подготовке стандартов

СНиП 2.08.02-89 Общественные здания и сооружения

СанПиН 42-123-5774-91 Санитарные нормы и правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое

Требования по обеспечению безопасности движение на автобусных маршрутах. Постановление Совета Министров РСФСР № 31 от 17.11.74

Правила пожарной безопасности туристских баз и кемпингов

Медицинские показания и противопоказания для направления в туристские базы. Приказ Минздрава СССР от 5 ноября 1985 г. № 1418

**1.4 Этика туризма**

Глобальный этический кодекс туризма

Не каждому туристу известно, что в октябре 1999 года Генеральной ассамблеей Всемирной туристской организации на сессии в Сантьяго (Чили) приняла Кодекс этики туризма! Этот документ призывает все государства, членов и не членов ВТО, не принимая на себя официальных обязательств, присоединиться к принципам, изложенным в Кодексе этики туризма, и руководствоваться ими как базовыми при разработке национального законодательства, информируя об этом Всемирную комиссию по этике туризма.

В данной дипломной работе нет необходимости излагать все статьи этого документа, но рассмотреть краткое изложение наиболее важных статей Кодекса и резолюцию ассамблеи имеет смысл.

Статья 7

Право на туризм

Право на туризм имеет каждый. Ресурсы планеты Земля принадлежат всему ее населению, а потому вовлечение людей в национальный и международный туризм должно рассматриваться как наилучшая возможность проведения досуга.

Право на туризм есть право на отдых и развлечения. Оно предусматривает разумное ограничение рабочего времени и предоставление оплачиваемых отпусков, гарантированных статьей 24 Декларации прав человека, и статьей 7d Международного соглашения по экономическим, социальным и культурным правам.

Социальный туризм в дополнение к обычным путешествиям, отдыху и развлекательному туризму должен развиваться при государственной поддержке. Необходимо создавать условия для туризма семейного, молодежного, для путешествий пожилых людей и инвалидов.

Статья 8

Свобода туристских перемещений

Согласно статье 13 Декларации прав человека, Международному праву и национальным законодательствам, гости той или иной страны обладают правом на свободу перемещений внутри страны и из одного государства в другое.

Возможность прибытия к транспортным терминалам, местам культурного, развлекательного и иного свойства должна предоставляться без дискриминации и излишних формальностей.

Туристы и гости должны иметь возможность пользоваться средствами связи, внутренними и межгосударственными, а представители местных властей и органов здравоохранения обязаны принимать их без промедления.

В соответствии с действующими дипломатическими конвенциями никто не вправе препятствовать контактам гостей с представителями консульств тех стран, откуда туристы прибыли.

В отношении конфиденциальности личных данных и лично их касающейся информации туристы и гости должны пользоваться теми же правами, что и граждане страны пребывания, особенно если эти сведения хранятся на электронных носителях.

Административные процедуры при пересечении границ, визовые, таможенные или связанные с проверкой здоровья, независимо от того, находятся они в компетенции государств или вытекают из международных соглашений, должны быть адаптированы, чтобы создать максимальную свободу для путешествий и международного туризма. С целью упрощения подобных процедур нужно поощрять соответствующие соглашения между группами стран.

Пошлины и сборы, накладываемые на турбизнес и понижающие его конкурентоспособность, должны быть постепенно устранены или скорректированы.

Если позволяют экономические условия, туристам необходимо обеспечить доступ к получению конвертируемой валюты, необходимой для путешествий.

Статья 10

Выполнение принципов Кодекса этики туризма

Держатели акций в области турбизнеса, будь это организация или частное лицо, должны объединиться в выполнении принципов Кодекса этики туризма. При этом им следует осознать значение международных институтов туризма, и прежде всего Всемирной туристской организации и других неправительственных организаций, компетентных в области развития туризма, защиты прав человека, его здоровья и окружающей среды, действующих в соответствии с принципами Международного права.

В случае возникновения разногласий относительно применения или выполнения Кодекса держатели акций должны демонстрировать свою готовность обращаться для снятия разногласий к третьей стороне – Всемирной комиссии по этике туризма.

Резолюция Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ГА ВТО).

Принять Кодекс этики туризма.

Призвать всех, от кого зависит развитие туризма, – национальные, региональные и местные туристские администрации, турфирмы, деловые ассоциации, работников туристского и связанных с ним секторов экономики, местные объединения и самих туристов – руководствоваться принципами Кодекса, применяя их по доброй воле.

Признать целесообразным, чтобы процедуры выполнения принципов, заложенных в Кодексе, при необходимости сопровождались разъяснениями, подготовленными Всемирной комиссией по этике туризма, согласованными с Исполнительным советом ВТО, принятыми Генеральной ассамблеей ВТО и периодически обновляемыми.

Рекомендуем:

Всем государствам, членам и не членам ВТО, не принимая на себя официальных обязательств, в кратчайшие сроки присоединиться к принципам, изложенным в Кодексе этики туризма, и руководствоваться ими как базовыми при разработке национального законодательства, информируя об этом Всемирную комиссию по этике туризма.

Всем туристским предприятиям, ассоциированным членам и не членам ВТО включить наиболее существенные положения Кодекса этики туризма в свои документы или сделать на них ссылки в собственных уставах, кодексах или профессиональных положениях, сообщив об этом во Всемирную комиссию по этике туризма.

Пригласить членов ВТО к активному внедрению рекомендаций, находящихся в поле действия Кодекса этики туризма, таких, как устойчивое развитие туризма, безопасность туристов и предотвращение организованного сексуального туризма.

Принять форму Протокола о признании Кодекса этики туризма, который является неотъемлемым приложением к данной резолюции.

Государствам рекомендуется опубликовать текст Кодекса этики туризма, распространив его среди участников турбизнеса и организовав публичное обсуждение

**1.5 Инкаминг как вид коммерческой деятельности на туристическом рынке**

Инкаминг — это вид туристической деятельности, направленный на разработку и продвижение въездного туристического продукта на зарубежных туристических рынках, связанный с обслуживанием прибывающий иностранных туристов на территории собственного государства.

К особенностям инкаминга как вида туристической деятельности можно отнести высокую степень информированности туристического оператора об особенностях качества туристических услуг национальных поставщиков и условиях (экономических, правовых) их производства (чего нет при организации выездных туров); ориентированность туристического продукта на иностранного потребителя (что требует больших затрат турфирмы на изучение особенностей туристического спроса за рубежом); а также наличие государственной поддержки въездного туризма.

Таким образом, российский туристический оператор имеет больше возможностей создания качественного и привлекательного национального туристического продукта (в сравнении с иностранными конкурентами), однако вынужден нести гораздо большие (в сравнении с теми же конкурентами) издержки на маркетинговые исследования туристических рынков иностранных государств, продвижение своего турпродукта. Кроме того, инкаминг как вид коммерческой деятельности предъявляет турфирмам ряд обязательных требований, таких, как возможности оказания визовой поддержки пребывающим иностранцам, знание работниками туроператора иностранных языков, совместная работа с туристическими поставщиками, услуги которых отвечают международным стандартам качества, знание правил налогообложения и бухгалтерского учета коммерческой деятельности, направленной на прием иностранных туристов и т. д.

В зависимости от объемов продаж инкамингового туроператора, стратегии его рыночного поведения, а также от особенностей национальной правовой базы международного туризма, продажа туристического продукта на иностранном рынке может осуществляться тремя способами: в форме прямой продажи туристического пакета; в форме продажи «наземного обслуживания» в составе туристического пакета и в форме продажи единичных туристических услуг.

Прямая продажа туристического продукта на иностранном туристическом рынке состоит в передаче права продажи укомплектованного туристического пакета иностранным туристическим агентствам. При прямой продаже российский инкаминговый туроператор организует весь комплекс туристических услуг (включая услуги основных перевозчиков), а иностранные агентства выполняют только посредническую роль, получая прибыль за счет комиссионного вознаграждения.

Прямая продажа национального туристического продукта на зарубежных рынках имеет ряд бесспорных преимуществ. Во-первых, это самая прибыльная для организующего тур субъекта рынка форма торговли, позволяющая получение дохода как с услуг основных перевозчиков, так и с услуг, входящих в состав так называемого «наземного обслуживания». Во-вторых, продажа полностью укомплектованного туристического пакета существенно облегчает условия работы иностранных туристических фирм (они полностью освобождаются от туроператорских функций) и процесс контроля качества оказываемых туристических услуг с российской принимающей стороны. Наконец, прямая форма продажи национального туристического продукта неизбежно ведет к формированию обширной и эффективной агентской сети за рубежом, что в перспективе будет способствовать увеличению доли российского туроператора на рынке выездного туризма зарубежной страны.

Главными факторами, лимитирующими выход российский туроператоров на иностранные туристические рынки, являются дороговизна (высокие входные барьеры), протекционистские меры иностранных государств, а также специфичная для России проблема нехватки транспортных средств мирового уровня качества.

Прямая продажа туристического продукта за рубежом требует обязательного включения в состав туристического пакета услуг основных перевозчиков и, в первую очередь, авиалиний. Низкое качество услуг российских авиакомпаний на фоне довольно высоких авиатарифов, как и ограничения на осуществление чартерных перевозок в Россию и обратно, существующие в большинстве развитых государств мира, практически исключают возможность прямого выхода российских турфирм на иностранные рынки, вынуждая их либо прибегать к сотрудничеству с иностранными основными перевозчиками (что подрывает ценовые преимущества отечественных туроператоров перед иностранными, могущими иметь более льготные авиатарифы и возможность организации чартерных перелетов), либо к рисковым формам работы с российскими же авиакомпаниями (например, покупка жестких блоков мест на регулярных авиалиниях). Последнее в свою очередь приводит только к снижению авиатарифов и росту рискованности туроперейтинга, но никак не к повышению качества услуги авиаперевозки.

По этим причинам наиболее распространена вторая форма организации продажи национального туристического продукта на зарубежных рынках, смысл которой в предоставлении иностранным туристам только части турпродукта, так называемого «наземного обслуживания». В состав «наземного сервиса» входят туристические услуги, оказываемые иностранному туристу на территории России с момента его прибытия до момента отправления на родину, то есть за вычетом услуг основного перевозчика. При второй схеме продажи турпродукта российский инкаминговый туроператор выполняет функции meet-компании или принимающей стороны, обеспечивая организацию туристических услуг прибывшим в Россию иностранцам, оставляя право окончательной комплектации туристического пакета иностранному аутгоинговому туроператору.

Продажа «наземного обслуживания» более дешевая в отличие от прямой торговли схема, дающая российской туристической фирме возможность большей концентрации усилий на производстве туристического продукта, а не на его продвижении среди зарубежных потребителей. Производимый туристический продукт в случае продажи «наземного сервиса» более гибкий (может адаптироваться под любые сроки и графики заездов, предлагаемые иностранными туристическими фирмами) и качественный (российский принимающий оператор ведет деятельность только в привычных ему условиях рыночной среды).

Кроме того, частичная продажа национального туристического продукта, при которой докомплектацией пакета имеют возможность заниматься иностранные туристические фирмы, может привести к общему удешевлению турпродукта и его популяризации за рубежом (иностранные турфирмы, избравшие данную схему сотрудничества с российскими туроператорами, получают как комиссионное вознаграждение с реализуемых ими услуг «наземного сервиса», так и с организуемой основной перевозки своих туристов в Россию, а, следовательно, они более заинтересованы в продвижении российского туристического продукта на своем рынке).

Негативные последствия применения данной схемы продажи туристического продукта на зарубежном рынке заключаются в снижении прибыли российских инкаминговых туроператоров (из-за выхода услуг основных перевозчиков из состава продаваемого за рубеж комплекса услуг), рост зависимости отечественных турфирм от политики иностранных аутгоинговых туроператоров, возможность искажения информации о качестве туристических услуг иностранным туроператором и сокращение возможностей для контроля за качеством туристических услуг российской турфирмой.

Продажа единичных туристических услуг является наименее привлекательной формой работы российского инкамингового туроператора, поскольку на самом деле сводит его роль к посредничеству между российским туристическим поставщиком и иностранным туристическим оператором. Иностранный аутгоинговый туроператор в этой форме сотрудничества становится непосредственным производителем туристического продукта, формирует турпакет из единичных туристических услуг, в том числе и купленных у российского туроператора.

Нежелание иностранным туроператором прямого сотрудничества с российскими поставщиками туристических услуг (отели, дополнительные перевозчики, экскурсионные фирмы) может основываться как на простом незнании его работниками русского языка, его недоверии к национальным туристическим поставщикам отсутствием у него информации о поставщиках, так и более выгодными ценами российского туроператора на услуги поставщиков (в силу например большого комиссионного вознаграждения или сотрудничества российского туроператора с поставщиком на рисковых схемах).

Продажа единичных туристических услуг иностранным туроператорам — самая малоприбыльная форма сотрудничества, превращающая российскую туристическую фирму в простого агента, выводящая ее из сферы производства турпродукта.

**1.6 Принципы государственного регулирования**

Важнейшими инструментами государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг являются лицензирование, стандартизация и сертификация в туризме.

Стандарты туристского обслуживания составляют часть государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма, гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Цели стандартизации в сфере туристского бизнеса заключаются в обеспечении заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, защиты интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

В соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ под стандартом понимается документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения. Государственные стандарты в сфере туристского обслуживания утверждаются, как правило, Госстандартом России.

Стандарт как нормативный документ представляет собой один из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющий воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на продавцов и потребителей туристских услуг.

Стандарт предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт или услугу соответствующими своему назначению по формализованным критериям надежности, безопасности, качества и т. п.

Объект стандартизации — услуга, производственный процесс оказания услуги или ее результат, подлежащие стандартизации.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. К последним относятся услуги по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя (поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства), а также медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и т.д. С другой стороны, в создании комплексной туристской услуги (тура) принимают участие предприятия, услуги которых относятся к сфере материальных услуг (транспортные компании, предприятия питания и др.).

При разработке стандартов учитываются стандарты, принятые Международной организацией стандартов (ИСО), региональные стандарты, национальные стандарты других стран, а также правила Европейской законодательной комиссии и других международных организаций.

Базу стандартизации в сфере туризма и гостиничного хозяйства Российской Федерации в настоящее время составляют следующие государственные стандарты:

ГОСТ Р 50690—2000 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»;

ГОСТ Р 50681—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

ГОСТ Р 50644—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;

ГОСТ Р 50646—94 «Услуги населению. Термины и определения»;

ГОСТ Р 50691—94 «Модель обеспечения качеств услуг (аутентичный текст ИСО 9002-87)»,

ГОСТ Р 51185—98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».

В соответствии со стандартом ГОСТР 50681—94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг» (см. приложение 2) проектирование туристской услуги осуществляется в следующей последовательности:

• установление нормируемых характеристик услуги;

• разработка технологической документации;

• определение методов контроля качества;

• анализ проекта, утверждение проекта.

Непосредственно проектирование услуги «Туристское путешествие» включает в себя такие пункты, как:

• описание маршрута путешествия;

• перечень туристских предприятий — исполнителей услуги;

• период предоставления туров каждым предприятием-исполнителем;

• состав экскурсий и достопримечательных объектов;

• перечень туристских походов, прогулок;

• комплекс досуговых мероприятий;

• продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;

• число туристов, участвующих в путешествии;

• вид транспортного обслуживания для внутримаршрутных перевозок;

• потребность в кадрах для данного путешествия;

• характеристику рекламной кампании и др.

При определении объектов стандартизации в сфере туризма исходят из того, что качество и надежность турпродукта в значительной степени определяются технологиями, используемыми туристскими предприятиями.

Туристские организации (подразделяющиеся на туроператоров и турагентов), являющиеся субъектами туристской индустрии, занимаются туроператорской и турагентской деятельностью на основании лицензии.

Выдача лицензий осуществляется в соответствии со следующими нормативно-правовыми актами.

1. Статья Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ — «Перечень видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии».

В соответствии с настоящим законом лицензированию, в частности, подлежат:

• туроператорская деятельность;

• турагентская деятельность;

•деятельность по продаже прав на клубный отдых.

2. Статья Федерального закона «О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации» (утвержден Госдумой РФ в январе 2007 г.) — «Лицензирование предпринимательской деятельности в сфере туристской индустрии»:

Для получения лицензии на туроператорскую и турагентскую деятельность соискатель представляет в соответствующий лицензирующий орган наряду с документами, предусмотренными Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности», также следующие:

а) документ, подтверждающий наличие договора страхования или иного финансового обеспечения ответственности соискателя лицензии, предусмотренного статьей 23 настоящего Закона;

б) документ, подтверждающий отсутствие у руководителя — соискателя лицензии судимости за преступления в сфере экономики, а также за преступления средней тяжести, тяжкие и особо тяжкие преступления;

в) документ, подтверждающий наличие у руководителей и работников соискателя лицензии стажа работы в области туризма, а также профессионального образования — в соответствии с требованиями настоящего Закона и Положениями о лицензировании соответствующих видов деятельности, утверждаемыми Правительством Российской Федерации.

3. Положение о лицензировании туроператорской деятельности (утверждено Постановлением Правительства РФ от 11 февраля 2002 г. № 95).

1) Настоящее Положение определяет порядок лицензирования туроператорской деятельности, осуществляемой на территории Российской Федерации юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

2) Лицензирование туроператорской деятельности осуществляется Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации (далее именуется — лицензирующий орган).

3) Срок действия лицензии на осуществление туроператорской деятельности (далее именуется — лицензия) — 5 лет.

4) Лицензионными требованиями и условиями при осуществлении туроператорской деятельности являются:

а) наличие в штате туроператора — юридического лица не менее 7 сотрудников, осуществляющих туроператорскую деятельность;

б) наличие у туроператора (структурного подразделения, которое осуществляет туроператорскую деятельность) не менее 30% (по штатному расписанию) работников, имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма либо стаж работы в туризме не менее 5 лет, а также наличие у руководителя туроператора (руководителя структурного подразделения, осуществляющего туроператорскую деятельность) высшего или среднего специального образования и стажа работы в туризме не менее 5 лет;

в) наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопасности;

г) повышение не реже 1 раза в 3 года квалификации работников юридического лица, осуществляющих туроператорскую деятельность, а также туроператора — индивидуального предпринимателя;

д) доведение в установленном порядке до каждого туриста исчерпывающей информации об особенностях выезда, въезда и пребывания в иностранном государстве, о специфике поведения во время туристской поездки, в том числе о необходимости уважения местных традиций и обычаев, бережном отношении к культурному наследию и окружающей среде и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;

е) оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора, соответствующего законодательству Российской Федерации;

ж) предоставление клиенту исчерпывающей информации о режиме работы туроператора, месте его нахождения, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, фамилий, имен, отчеств должностных лиц, ответственных за ведение конкретных направлений туристской деятельности.

5) Для получения лицензии соискатель лицензии представляет в лицензирующий орган следующие документы:

а) заявление о выдаче лицензии с указанием:

• наименования и организационно-правовой формы юридического лица, места его нахождения — для юридического лица;

• фамилии, имени, отчества, места жительства, данных документа, удостоверяющего личность, —для индивидуального предпринимателя;

•лицензируемого вида деятельности, который юридическое лицо или индивидуальный предприниматель намерены осуществлять;

б) копии учредительных документов и копию свидетельства о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица — для юридического лица;

копию свидетельства о государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя — для индивидуального предпринимателя;

в) копию свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговом органе;

г) документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора за рассмотрение лицензирующим органом заявления о предоставлении лицензии;

д) копии документов, подтверждающих соответствующую лицензионным требованиям и условиям квалификацию соискателя лицензии — индивидуального предпринимателя или работников соискателя лицензии — юридического лица;

е) информацию о наличии у соискателя лицензии на право собственности или на ином законном основании зданий и помещений, используемых им для туроператорской деятельности, с указанием наименований и иных реквизитов документов, на основании которых соискатель лицензии их использует.

Если копии документов не заверены нотариально, они представляются с предъявлением оригинала.

4. Положение о лицензировании турагентской деятельности (утверждено Постановлением Правительства РФ от 11 февраля 2002 г. № 95).

1) Настоящее Положение определяет порядок лицензирования турагентской деятельности, осуществляемой на территории Российской Федерации юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

2) Лицензирование турагентской деятельности осуществляется Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации (далее именуется — лицензирующий орган).

Срок действия лицензии на осуществление турагентской деятельности (далее именуется — лицензия) — 5 лет.

3) Лицензионными требованиями и условиями при осуществлении турагентской деятельности являются:

а) наличие у турагента (структурного подразделения, которое осуществляет турагентскую деятельность) не менее 20% (по штатному расписанию) работников, имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма либо стаж работы в туризме не менее 3 лет, а также наличие у руководителя турагента (руководителя структурного подразделения, осуществляющего тур-агентскую деятельность) высшего или среднего специального образования и стажа работы в туризме не менее 3 лет;

б) наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопасности;

в) повышение не реже 1 раза в 3 года квалификации работников юридического лица, осуществляющих турагентскую деятельность, а также турагента — индивидуального предпринимателя;

г) доведение в установленном порядке до каждого туриста исчерпывающей информации об особенностях выезда, въезда и пребывания в иностранном государстве, о специфике поведения во время туристской поездки, в том числе о необходимости уважения местных традиций и обычаев, бережном отношении к культурному наследию и окружающей среде и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;

д) оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора, соответствующего законодательству Российской Федерации;

е) предоставление клиенту исчерпывающей информации о режиме работы турагента, месте его нахождения, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, фамилий, имен, отчеств должностных лиц, ответственных за ведение конкретных направлений туристской деятельности.

Туристские предприятия, получившие государственную лицензию на международную туристскую деятельность, заносятся в Государственный реестр. Орган, выдавший лицензию, может прекратить ее действие из-за несоблюдения туристской фирмой условий лицензионной деятельности.

Существующая система лицензирования, наличие лицензии у турфирмы в силу ряда причин не гарантируют предоставления туристу оплаченных им услуг. Порядок лицензирования должен предусматривать различные условия выдачи лицензий турагентам, туроператорам, гостиницам, экскурсионным организациям и т.д., а также получения комплексных лицензий на все указанные виды деятельности.

Условия приостановки или отзыва лицензии должны предусматривать и досудебную процедуру улаживания конфликтов и жалоб потребителей на основе результатов сертификации услуг.

Сертификация туристской фирмы — обязательное условие деятельности туристской фирмы, направленное на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов, на предотвращение нанесения вреда их имуществу и окружающей среде, на повышение качества оказываемых услуг.

Сертификация туристских услуг и услуг гостиниц представляет собой один из важнейших механизмов управления качеством обслуживания, позволяющих объективно оценить уровень услуг, подтвердить их безопасность для потребителя. Индустрия туризма, введя стандарты на туристское обслуживание, применяя сертификацию услуг, определяет способы и критерии оценки качества своей деятельности и создает у потребителей уверенность в том, что удобства или услуги предоставляются ему в рамках четко определенных норм и правил.

Правовые основы сертификации туристских услуг и услуг гостиниц, права, обязанности и ответственность участников сертификации определяются Законом Российской Федерации «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ, а также рядом других нормативных документов.

Под добровольной сертификацией туристских услуг и услуг гостиниц понимается подтверждение по инициативе изготовителя, исполнителя или продавца органом по сертификации соответствия уровня качества предоставляемых услуг требованиям стандартов (нормативных документов) обслуживания. Участниками сертификации являются Госстандарт России, Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму, Центральный орган по сертификации туристских услуг (ЦОС), а также региональные органы по сертификации, которые и определяют в совокупности систему сертификации туристских услуг.

Функции органов по сертификации выполняют организации, имеющие в штате профессионально подготовленных государственных экспертов и аккредитованные по правилам Госстандарта России, т.е. прошедшие государственную регистрацию.

Исполнители туристских услуг в системе обязаны применять знак соответствия путем простановки его на сопроводительной документации (путевки, квитанции), выдаваемой потребителю, и имеют право использовать его на вывеске, в рекламных проспектах и других материалах.

Таким образом, лицензирование деятельности туристских фирм, стандартизация и сертификация оказываемых ими услуг играют огромную роль в борьбе с недобросовестной конкуренцией, которая наносит ущерб всей отрасли, делая ее менее привлекательной для российских и зарубежных потребителей.

В целях защиты прав и законных интересов потребителей, обеспечения безопасности туризма, охраны природных и культурных ценностей в Российской Федерации введен реестр субъектов туристской индустрии, утвержденный статьей 31 Федерального закона «О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации» «Реестры субъектов туристской индустрии».

В этот реестр включаются юридические лица и индивидуальные предприниматели, получившие лицензии на осуществление туропе раторской и турагентской деятельности, сертифицированные средства размещения, а также лица, прошедшие аттестацию на право оказания услуг экскурсовода (гида, гида-переводчика), инструктора по туризму и предоставляющие такие услуги.

Ведение реестров субъектов туристской индустрии осуществляется уполномоченными органами государственной власти субъектов Российской Федерации. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации ежегодно, не позднее 1 февраля, направляют копию регионального реестра субъектов туристской индустрии в адрес федерального органа исполнительной власти в сфере туризма.

Порядок ведения реестров субъектов туристской индустрии, в том числе условия и порядок профессиональной аттестации экскурсоводов, гидов (гидов-переводчиков), инструкторов по туризму, утверждается Правительством Российской Федерации или в установленном им порядке.

**2. Современное состояние въездного туризма в России**

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивалась динамично, правда мировой финансовый кризис, внес некоторую стагнацию в этот процесс. Хотя, как предсказываю некоторые аналитики в сфере въездного туризма, мировой финансовый кризис может пойти на пользу российской туриндустрии.

Растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных цепей в Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, создание отечественных гостиничных цепочек. Резко увеличился объем инвестиционных предложений по гостиничному строительству как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. При этом основные предложения направлены на развитие гостиничного бизнеса в регионах России. Особо следует отметить успехи последних лет в развитии курортно-туристического комплекса Краснодарского края, которые закономерно привели к выбору нашей страны при определении Сочи местом проведения зимней Олимпиады – 2014. Благодаря этому получили всемирную известность не только Красная Поляна и Сочи, но и весь Краснодарский край в целом, что обуславливает долгосрочный бизнес-интерес к развитию туристской инфраструктуры данного региона и гарантию того, что через несколько лет Черноморское побережье станет развитым курортным центром мирового уровня.

В настоящее время в стране насчитывается более 6 тысяч гостиниц, тогда как в 2004 году их насчитывалось только 4 тысячи. С учетом количества иных средств размещения, таких как пансионаты, дома и базы отдыха, туристские базы и другие, общее количество средств размещения туристов составляет около 10 тысяч.

По прогнозным оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2007 году в ВВП нашей страны с учетом мультипликативного эффекта составили 6,7%. Согласно данным того же источника, число рабочих мест в туризме составило 1% от общей занятости, с учетом смежных отраслей – 5,7%, инвестиции в основной капитал в туристскую индустрию России составляют 12,1% от общих инвестиций при годовом росте в 8,2%.

Известно, что наша страна насчитывает огромное количество культурных и природных достопримечательностей, а также иных объектов туристского показа. К ним, согласно данным Росстата, относятся 2368 музеев в 477 исторических городах, 590 театров, 67 цирков, 24 зоопарка, почти 99 тысяч памятников истории и культуры, 140 национальных парков и заповедников. В России в настоящее время действуют 103 музея-заповедника и 41 музей-усадьба (идентичные музеям-заповедникам по характеру деятельности объекты, отличающиеся, как правило, небольшой территорией). Музеи-заповедники играют важнейшую роль в формировании привлекательного образа России за рубежом. Из 15 объектов культурного наследия, входящих в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, 12 находятся в составе музеев-заповедников. В соответствии с этим сеть музеев-заповедников как центров международного и внутреннего туризма требует постоянного совершенствования и развития.

Что касается таких объектов туристской инфраструктуры, как аквапарки, развлекательные центры, горнолыжные комплексы, туристский транспорт и др., то их явно не хватает.

Очевидным является и то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха на территории России российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

Москва и Санкт-Петербург, являясь до сих пор основными транспортными воротами для въезда иностранных туристов, принимают на себя до 75% международных прибытий, число которых в последние 2–3 года сокращается из-за резкого роста цен в названных городах. Сокращение въездного туристского потока в нашу страну начало происходить с 2006 года. В 2007–2008 годах число прибытий «классических» иностранных туристов с целью отдыха уменьшилось более чем на 8%.

Это объясняется, прежде всего, возросшими за последние два года ценами на услуги в стране, а также резким ростом цен на гостиницы. К примеру, в Москве уменьшилось число отелей туристского класса в центре города за счет сноса или закрытия с целью реконструкции ряда известнейших и популярных среди туристов гостиниц, таких как «Интурист», «Москва», «Минск», «Россия», «Украина», «Ленинградская», «Центральная» и «Пекин» По разным причинам были изъяты из оборота 9 тысяч мест уровня 3 «звезды». Именно нехватка мест в гостиницах туристского класса негативно влияет на развитие въездного туризма. Это существенно удорожает пакет услуг, предлагаемый туристам при их путешествии в Россию.

Проведенный анализ современного состояния туристского рынка в России показывает, что основными странами, поставляющими туристов в Российскую Федерацию, являются Германия, Финляндия, США, Великобритания, Италия, Франция и Япония. В последние годы к этому списку добавились страны Балтии, с которыми возрос деловой и туристский обмен, а также Республика Корея, Китай, Нидерланды, Норвегия.

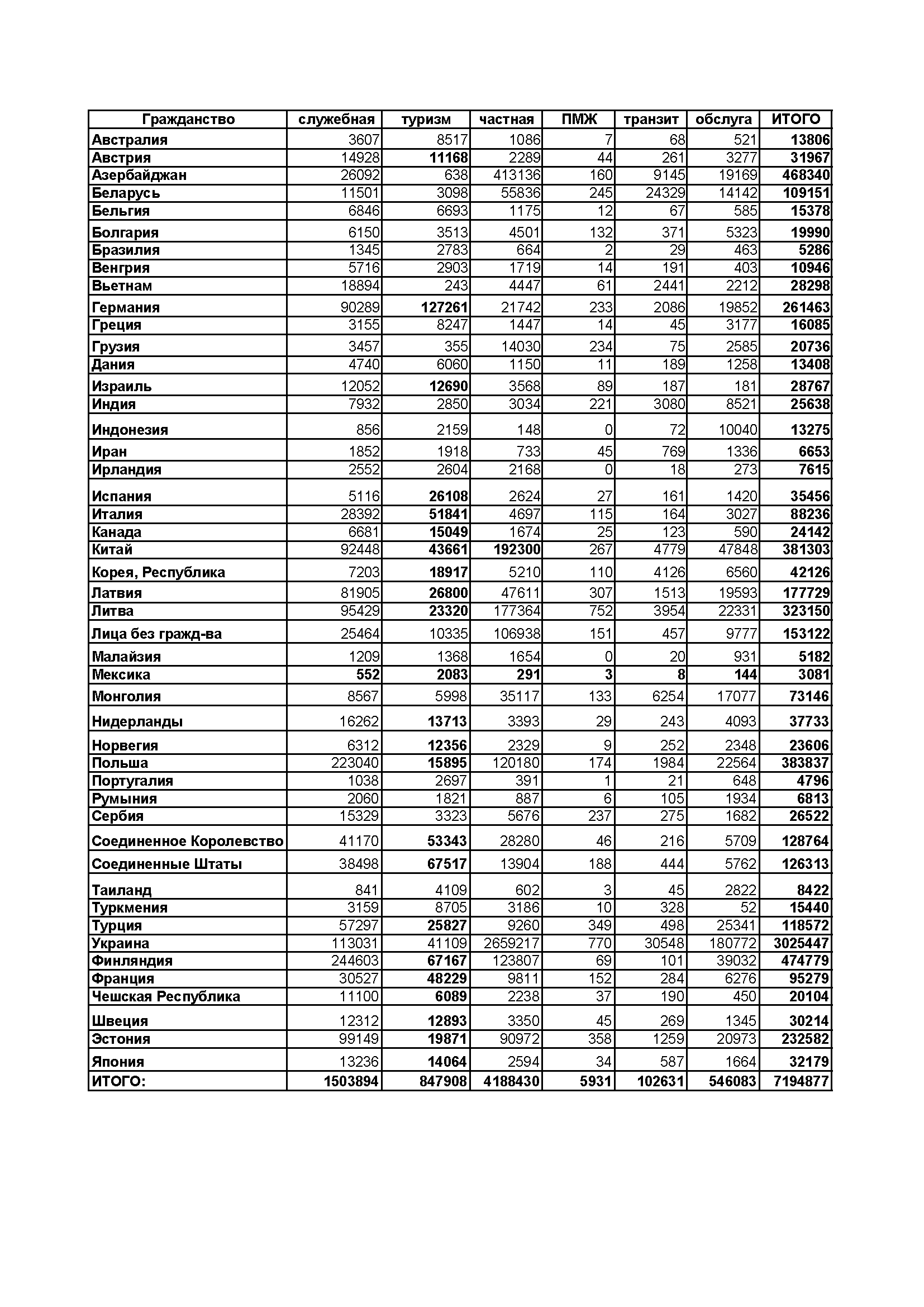
**2.1 Статистика въездных потоков в Российскую Федерацию**

Тенденция роста числа посещений иностранными гражданами нашей страны в 1 полугодии 2008 года по сравнению с прошедшими годами продолжилась. Количество по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличилось на 3% и составило 10601336 поездок.

Таким образом, в первом полугодии текущего года тенденция роста числа туристических поездок в Россию из развитых стран укрепилась, что, в частности, является результатом работы по продвижению нашей страны на международных туристских рынках как крупнейшей туристской дестинации.

Федеральное агентство по туризму в РФ предоставило данные по въездному потоку иностранных туристов в Российскую Федерацию (таблица 1).

Таблица 1 – Статистика въездных потоков в Российскую Федерацию за второе полугодие 2008 года.



Анализ **текущего положения рынка въездного туризма в Российской Федерации показал следующее:**

Во второй половине 2008 года Российскую Федерацию посетило 7 194877 человек, из них по туристической путевке 847 908, частным порядком 4 188430, служебные поездки 1 503894 человека, это более 6,5 млн. человек. Остальные 654645 человек въехали в нашу страну в качестве обслуги, на ПМЖ или пересекли границу транзитом. Безусловным лидером по въездному потоку в частном порядке является Украина 2 659217 чел, за ней следует Азербайджан 413 136, и Китай 192 300.

Лидером въезда по туристическим путевкам является Германия 127 261, за ней следуют США 67 517, Финляндия 67 167, Англия 53 343, Италия 51 841, Китай 43 661. По сравнению с 2007 годом количество иностранных граждан въехавших в нашу страну выросло на 3% (по странам): на 26% увеличилось количество служебных поездок, на 4% - количество туристов.

Несмотря на положительную динамику по росту въездного туризма, в отдельных странах приток туристов в нашу страну значительно снизился.

Сравнительная таблица показателей въезда иностранных граждан в Российскую Федерацию в 2007г. и 2008г. по данным Росстата (таблица 2).

Таблица 2 - Показатели въезда иностранных граждан в Российскую Федерацию в 2007-2008г.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Цели  поездки | | 2007 | 2008 | Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ в 2008г. по сравнению с аналогичным  показателем 2007г. (+–%) |
|
| Австралия | всего | | 38 246 | 37 574 | –2 |
| туризм | | 26 184 | 26 087 | 0 |
| служебная | | 7 607 | 7 458 | –2 |
| Австрия | всего | | 67 208 | 68 370 | +2 |
| туризм | | 29 835 | 24 789 | –17 |
| служебная | | 26 064 | 30 882 | +18 |
| Великобритания | всего | | 238 544 | 274 135 | +15 |
| туризм | | 130 608 | 142 016 | +9 |
| служебная | | 80 125 | 81 894 | +2 |
| Германия | всего | | 613 892 | 636 347 | +4 |
| туризм | | 345 708 | 332 822 | –4 |
| служебная | | 161 548 | 192 731 | +19 |
| Египет | всего | | 8 549 | 9 448 | +11 |
| туризм | | 1 159 | 1 550 | +34 |
| служебная | | 2 482 | 2 690 | +8 |
| Израиль | всего | | 64 952 | 70 289 | +8 |
| туризм | | 31 250 | 32 725 | +5 |
| служебная | | 24 281 | 22 543 | –7 |
| Испания | всего | | 96 624 | 126 646 | +31 |
| туризм | | 79 497 | 105 655 | +33 |
| служебная | | 8 694 | 10 862 | +25 |
| Италия | всего | | 206 647 | 224 849 | +9 |
| туризм | | 129 950 | 143 493 | +10 |
| служебная | | 48 397 | 58 391 | +21 |
| Канада | всего | | 46 560 | 62 004 | +33 |
| туризм | | 26 660 | 44 238 | +66 |
| служебная | | 13 786 | 12 500 | –9 |
| Китай | всего | | 765 120 | 815 469 | +7 |
| туризм | | 129 749 | 127 155 | –2 |
| служебная | | 183 799 | 196 924 | +7 |
| Нидерланды | всего | | 79 751 | 87 866 | +10 |
| туризм | | 33 659 | 35 376 | +5 |
| служебная | | 30 500 | 33 705 | +11 |
| Норвегия | всего | | 47 084 | 56 878 | +21 |
| туризм | | 26 136 | 34 270 | +31 |
| служебная | | 11 497 | 11 937 | +4 |
| США | всего | | 293 521 | 305 054 | +4 |
| туризм | | 172 356 | 185 888 | +8 |
| служебная | | 76 651 | 75 956 | –1 |
| Турция | всего | | 237 116 | 239 095 | +1 |
| туризм | | 49 479 | 54 593 | +10 |
| служебная | | 110 259 | 111 907 | +1 |
| Финляндия | всего | 975 565 | | 1 000 238 | +3 |
| туризм | 153 139 | | 142 017 | –7 |
| служебная | 486 866 | | 519 466 | +7 |
| Франция | всего | 201 441 | | 201 205 | 0 |
| туризм | 112 762 | | 103 223 | –8 |
| служебная | 56 674 | | 62 037 | +9 |
| Швейцария | всего | 51 200 | | 48 591 | –5 |
| туризм | 27 134 | | 23 827 | –12 |
| служебная | 12 898 | | 13 870 | +8 |
| Швеция | всего | 61 036 | | 59 629 | –2 |
| туризм | 26 000 | | 24 918 | –4 |
| служебная | 23 673 | | 24 318 | +3 |
| Япония | всего | 83 621 | | 86 237 | +3 |
| туризм | 45 083 | | 44 435 | –1 |
| служебная | 26 311 | | 28 238 | +7 |
| Всего по всем странам | всего | 22 908 625 | | 23 676 140 | +3 |
| туризм | 2 213 597 | | 2 295 074 | +4 |
| служебная | 3 270 312 | | 4 112 477 | +26 |

Сравнительный анализ въездных потоков в Российскую Федерацию по туристическим путевкам за 2007 – 2008 год выявил следующую динамику. Значительно выросло количество туристов следующих стран: Канада + 66%, Египет + 34%, Испания + 33%, Норвегия + 33%, Турция + 10%. В тоже время наблюдается снижение потока туристов из стран традиционно приезжающих в нашу страну с культурно-познавательной мотивацией: Австрия – 17%, Швейцария – 12%, Финляндия – 12%, Франция – 8%, Германия – 8%, Швеция – 8%.

Общая динамика в процентном соотношении по сравнению с 2007 годом – положительная. Количество туристов приезжающих в Россию по путевке выросло на 4 %.

Данные ВТО о среднесуточных расходах туристов из основных десяти стран-доноров, сведения Росстата по туристским прибытиям и экспертные оценки показывают, что за среднюю продолжительность пребывания этих туристов в России (6,5суток) они расходуют около 1300 долл. США, при этом не учтены расходы на авиатранспорт, затрачиваемые значительной частью иностранных туристов, пользующихся услугами российских авиакомпаний.

Перечисленные страны являютсяосновными поставщиками туристов, поэтому на них, в первую очередь, должно ориентироваться предложение национального туристского продукта России. Направляющие туристские рынки характеризуются, с одной стороны, высокой покупательской способностью, а с другой стороны, искушенностью потребителей в вопросах туристского предложения и высокими требованиями, предъявляемыми к качеству обслуживания.

В силу своего географического положения Россия не является и не может стать страной массового въезда туристов с целью традиционного летнего пляжного отдыха. Тем не менее, культурно-исторический, природный потенциал страны огромен, и, при правильной постановке маркетинговой работы, а также совершенствовании и развитии туристской инфраструктуры, в том числе формировании объектов туристского показа на основе реставрации и развития исторических центров, количество иностранных туристов, прибывающих в нашу страну, может значительно вырасти. Это является основанием для более четкой направленности и более агрессивного маркетинга по основным направляющим странам, включая в первую очередь целенаправленную рекламно-информационную деятельность. Только грамотно построенная маркетинговая стратегия, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках, позволит сделать въездной туризм наиболее доходной составляющей всей туристской сферы России.

Согласно оценкам ВТО в настоящее время наиболее перспективными сегментами рынка, растущими опережающими темпами, являются:

– экологический туризм,

– культурно-познавательный туризм, охватывающий 10% мирового потока туристов, жизненный уровень которых выше среднего и которые постоянно ищут новые туристские направления для путешествий;

– тематический, или специализированный, туризм, подразумевающий такие виды как научный, учебный, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный туризм и др. и обеспечивающий концентрированные продажи всего комплекса туристских и смежных продуктов и услуг;

– круизы, следует учитывать, что насыщение Средиземного моря круизами открывает определенные перспективы перед Балтийским морем. Россия, благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу, а также интересу зарубежных туристов как к новому неохваченному направлению, имеет все основания для развития всех перечисленных видов туризма.

Приграничное месторасположение ряда регионов Российской Федерации создает в них особые условия для развития туризма, ориентированного, в основном, на рынки прилегающих стран, а также на обслуживание транзитного потока. Для приграничного туризма характерна высокая составляющая краткосрочных туров, а также экскурсионного (однодневного туризма).

Высокая мобильность туристских потоков в зонах приграничного туризма особенно остро ставит визовые проблемы и задачи организации пунктов перехода госграницы.

Основными приграничными регионами, имеющими высокий туристский потенциал, являются Калининградская область, Ленинградская область, Карелия, Хабаровский и Приморский края.

**2.2 Анализ рынка и статистика въездных потоков в Санкт-Петербург**

Санкт – Петербург имеет огромный потенциал для развития въездного туризма: (памятник Всемирного Культурного Наследия ЮНЕСКО), туристский центр, где наиболее характерен прием туристов, приезжающих в основном с культурно-познавательной мотивацией поездки. В этом ракурсе наш город выгодно отличается, от других туристических городов мира.

Санкт-Петербург один из наиболее посещаемых туристических центров Европы с общим количеством прибытий 3,5 млн. туристов в год и занимает девятое место в европейском списке после Барселоны и Вены (таблица 3).

Таблица 3 - Количеством прибытий туристов в европейском списке

|  |  |
| --- | --- |
| Город | Количество прибытий,  млн.чел. в год |
| Лондон | 26,8 |
| Париж | 14,0 |
| Рим | 5,9 |
| Амстердам | 5,2 |
| Берлин | 5,0 |
| Мадрид | 4,8 |
| Барселона | 3,8 |
| Вена | 3,7 |
| Санкт-Петербург | 3,5 |
| Прага | 3,0 |
| Москва | 2,9 |
| Копенгаген | 1,9 |

Санкт-Петербург — второй по посещаемости иностранными туристами город России, и первый по посещаемости туристами-участниками познавательных туров. После грандиозного празднования 300-летнего юбилея Северная столица превратилась в столь же привлекательную туристическую дестинацию как Париж, Рим или Нью-Йорк. Согласно проведенным в ЕС исследованиям, ансамбли и памятники Петербурга «узнаются» европейцами чаще, чем достопримечательности Вены, Мадрида, Берлина, Мюнхена, Стокгольма или Флоренции.

В городе функционирует около 700 туристических компаний, имеется более 130 объектов размещения вместимостью почти 30 тысяч человек. Среднегодовая загрузка предприятий гостеприимства составляет 50,5 % (ниже чем в Москве, но на уровне крупнейших туристических центров Европы) и колеблется в зависимости от сезона от 25 % (зимние месяцы) до 100 % (сезон «белых ночей» и летние месяцы).

Современный Санкт-Петербург обладает значительным историко-культурным наследием для формирования туристского продукта и продвижения его на внешнем рынке, для превращения туризма в базовую отрасль городской экономики.

В списке Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО Санкт-Петербург как территория включен 36 комплексными объектами, объединяющими около 4000 выдающихся памятников архитектуры, истории и культуры. На основе этого культурного наследия и создаются туристические программы, планируется позиционирование города на мировом туристическом рынке.

В городе 221 музей, 2000 библиотек, более 80 театров (из которых балетные считаются лучшими на планете), 100 концертных организаций, 45 галерей, выставочных залов, 80 клубных учреждений культуры и т. д. Ежегодно в городе проводится более 100 фестивалей, конкурсов различных направлений культуры и искусства, включая более 50 международных.

Несмотря на экономическую нестабильность 90-х годов в городе не только не закрылся ни один музей или театр, а появились новые, так, например музей хлеба, частный музей кукол. Интересно отметить, что в культурной жизни города роль так называемых малых городских или частных музеев (наряду с такими известными объектами, как Эрмитаж, Русский музей, дворцы Санкт-Петербурга и пригородов) с каждым годом возрастает. Они все чаще включаются в познавательные туристические маршруты и отмечают рост посещаемости российскими и иностранными туристами.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день точных экономических расчетов по отрасли «туризм», а также достоверных данных по туристским потокам в Санкт-Петербурге, не существует, информация на официальных порталах не обновляется, что затрудняет проведение экономических исследований и анализа. Суммарный анализ статистической и аналитической информации из разных источников выявил следующие показатели въездных потоков по Санкт-Петербургу:

К 2008 году количество иностранных туристов впервые за три последних года увеличилось на 8–10 процентов и составило в среднем 2,18 миллионов человек. Этот показатель не учитывает иностранных гостей, прибывших в Санкт-Петербург из Москвы и других городов России, то есть, примерно 30% всех иностранных туристов. Количество же российских туристов, по экспертным оценкам, составляет около 2 миллионов человек. Таким образом, общее число туристов, посетивших Санкт-Петербург в 2008 году, составило более 3,5 миллионов человек.

Согласно статистическим данным, порядка 60% иностранных туристов прибывают в Петербург с познавательной целью, и 30% - с деловой. Основная доля туристов, посещающих Санкт-Петербург, прибывает из Финляндии (порядка 25-30%), а также Германии и США (10-15%).

Существуют значительные различия между этими двумя группами туристов с точки зрения демографии, мотивации для поездки, отношения к Санкт-Петербургу и уровня трат в городе. Иностранные туристы обычно старше, тратят значительно больше (в среднем 6 500 руб. в день, что почти в 4 раза больше средних суточных трат российских туристов), Санкт-Петербург посещают преимущественно один раз, а основная цель поездки — увидеть дворцы.

В среднем иногородние туристы находились в Санкт-Петербурге 5 дней, иностранные – 3,5 дней.

Основные расходы посетителей пришлись на приобретение товаров (в среднем 19%) и питание (18%). Транспорт и проживание, которые могли бы занимать основное место в расходах, в среднем в структуре расходов занимают лишь 13% и 12% соответственно. На достопримечательности и развлечения туристы в среднем тратили около 9%.

Основные расходы российских посетителей приходятся на приобретение товаров (23%) и питание (22%). В структуре расходов иностранных посетителей лидируют международный транспорт (16%) и питание (15%) (таблица 4).

Таблица 4 - Средние расходы на наиболее востребованные туристские услуги

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Услуга | Средняя  сумма  по турпотоку | Иногородние  посетители | Иностранные  посетители |
| Проживание  в гостинице,  мотеле в день | 2530 | 1100 | 3130 |
| Междугородный/между-народный автобус | 1321 | 410 | 2750 |
| Проезд в метро  в день | 160 | 190 | 80 |
| Питание  в ресторанах,  кафе в день | 730 | 170 | 980 |
| Посещение  музеев, выставок | 1270 | 520 | 2220 |
| Приобретение  лекарств | 490 | 610 | 200 |
| Приобретение  сувениров | 2230 | 1070 | 3300 |

Практически все опрошенные посетители выразили желание посетить Санкт-Петербург в будущем, что свидетельствует о высокой итоговой удовлетворенности совершенным визитом – таким, что даже при возможном наличии дискомфортных моментов, впечатление от визита полностью компенсирует любые негативные эмоции.

Санкт-Петербург является крупнейшими морскими воротами России в Европу, крупным морским портом, действующим более 10 месяцев в году и занимает лидирующие позиции по количеству судозаходов на Балтике: за сезон 2007-2008 года морские круизные суда заходили в Санкт-Петербург 299 раз и доставили на борту 306 тыс. иностранных туристов. Петербург ожидает на 100 тысяч круизных туристов больше. В 2008 году Санкт-Петербург принял 318 круизных судов и более 400 тыс. круизных пассажиров.

В настоящее время Петербург включен в программы балтийских круизов крупнейших европейских компаний, связан с городами Скандинавии и Германии паромными переправами.

**2.3 Проблемы въездного туризма в Санкт-Петербурге**

Обладающий значительным потенциалом Санкт-Петербург ни по количеству туристов, ни по доходу от туристической деятельности пока не может сравниться с городами — общепризнанными центрами туризма, в которых показатели, характеризующие экономику туризма, на порядок выше. Даже в пределах России, по доходам от гостиничного бизнеса Северная столица отстает от лидера — Москвы — в 5,5 раз!

Причиной такого положения в первую очередь является отсутствие единой системной скоординированной государственной политики в области туризма в масштабах России, в том числе и Санкт-Петербурга. Анализ состояния дел в городской туристской отрасли, согласно данных опроса, проведенного на Международной туристской выставке INWETEX-CIS, показал, что город использует инфраструктуру, созданную преимущественно в прошлом веке, не отвечающей современным санитарно-гигиеническим нормам. Несмотря на огромную концентрацию в городе уникальных зданий и музеев, за последнее десятилетие привнесено в сферу организации активного отдыха было мало.

Сложнейшую проблему развития городской туристской отрасли сводят к проблеме недостатка гостиниц разных категорий, отсутствию качественной дорожной инфраструктуры и ЖКХ, к разработке единой концепции имиджа города на мировом туристическом рынке.

Комитетом по инвестициям Санкт-Петербурга была поставлена задача до 2010 года довести число гостиничных мест в городе до европейских стандартов, то есть с 7 до 14 гостиничных мест на каждую тысячу местных жителей. Для этого необходимо построить около 150 гостиничных предприятий на 15 тысяч мест.

Проблема города также еще и в том, что на выделяемых администрацией участках (их более 130) строительство крупного гостиничного комплекса невозможно из-за слабости коммунальных систем и отсутствия возможностей подведения дорог.

Сегодня процесс размещения наиболее капиталоемких гостиничных объектов и сопутствующей инфраструктуры: транспортных подъездов и стоянок, пешеходных переходов, связи гостиниц с центром города и его достопримечательностями происходит крайне неупорядоченно, что в дальнейшем приводит к очевидным неудобствам туристов и уменьшит притягательность города для путешественников.

Недостаточно используется потенциал пригородов — Пушкина, Павловска, Петергофа и Ораниенбаума. Нуждается в первоочередном архитектурном и инженерно-техническом обеспечении и курортный район города с его богатыми лечебно-оздоровительными ресурсами. Его развитие позволит упорядочить часть рекреационных нагрузок в летний период, а также привлечет дополнительных туристов в межсезонье.

Важно определить мощность въездного туристического потока в «пиковые» даты с учетом пропускной способности туристических объектов, способности существующих транспортных коммуникаций на основных подходах к Санкт-Петербургу и в его центре. Явно недостаточна пропускная способность по приему туристов аэропортов Пулково, имеется дефицит причалов, оборудованных пассажирскими терминалами для приема круизных пассажиров (их протяженность не превышает 2 км, тогда как в Генуе — 20 км, Нью-Йорке — 40 км).

Проблема городского транспорта (пробки, отсутствие мест для стоянок экскурсионных автобусов), наиболее острая в Санкт-Петербурге. Строительство КАД кардинально не смогло решить эту проблему, плюс к этому дороги, огромное количество мостов и набережных в центре, рост частного автотранспорта создают массу неудобств при организации экскурсий по исторической части города. Город задыхается в пробках и от этой проблемы никуда не деться в ближайшие десятилетия. Разрешить ситуацию, на мой взгляд, поможет более широкое развитие водного транспорта, ведь Петербург это не только город дворцов, но и каналов, недаром наш город называют Северной Венецией.

В прошлом году, власти Санкт-Петербурга в этом году решили возродить регулярные речные перевозки по рекам и каналам Петербурга. В конце августа 2008 года были организованы первые экспериментальные маршруты пассажирских перевозок по «социальной» цене, которые показали большую заинтересованность горожан и туристов в новом виде транспорта. Этим город не ограничился – власти вынашивают планы по налаживанию маршрутной сети, интенсивностью перевозок не уступающей таким городам, как Венеция и Женева.

Так, комитетом по транспортно-транзитной политике (КТТП) было создано два экспериментальных маршрута пассажирских перевозок: маршрут Санкт-Петербург (Финляндский вокзал) – Кронштадт – Санкт-Петербург (Финляндский вокзал) и маршрут ЦПКиО – площадь Декабристов – ЦПКиО. Первоначально маршрут Санкт-Петербург – Кронштадт предполагалось пускать по выходным дням три раза в день. Власти города рассчитывали, что этим маршрутом будут пользоваться преимущественно жители Кронштадта. Цена одного билета составляла 80 рублей, а время в пути на скоростном судне «Метеор» составляло не более 45 минут. Однако вскоре рейсы этого направления показали все возрастающий спрос со стороны жителей Петербурга и туристов, что послужило толчком к организации уже ежедневных рейсов. Оператором маршрута было выбрано ООО «Русские круизы» – одна из трех компаний города, обладающая собственным скоростным флотом. Второй маршрут, по информации администрации города, не оправдал расчетов и в скором времени был упразднен.

Уже в сентябре представители комитета по транспортно-транзитной политике представили бизнес-сообществу свои планы по восстановлению сети речных пассажирских перевозок, которые были упразднены в начале 90-х годов. Администрацией Петербурга был разработан пакет из трех документов: концепция развития водного пассажирского транспорта, проект закона «О водном транспорте Санкт-Петербурга» и проект генеральной схемы размещения объектов маломерного флота на территории Санкт-Петербурга.

Согласно концепции, в городе в скором времени должен появиться альтернативный вид транспорта – речные пассажирские перевозки по разработанным маршрутам и установленным ценам. Определенные проблемы существуют и в круизном туризме: Иностранных туристов привлекает возможность безвизового въезда в Россию на 72 часа в составе экскурсионных групп. И в отличие от других портов Балтики, где стоянка круизных лайнеров не превышает 12 часов, в Санкт-Петербурге большинство судов остаются на 2–3 дня. Зафиксирован рост доли крупнотоннажных судов, благодаря чему количество посетивших город «круизных» туристов более чем удвоилось. Как отмечает статистика, в пиковые дни в Санкт-Петербург заходит в среднем 11 круизных судов, на борту которых находится около 25 тысяч туристов. Для обслуживания такого количества человек необходимо порядка 650 туристических автобусов и примерно столько же гидов. И хоть самыми популярными круизами являются путешествия по Карибскому и Средиземным морям, балтийский регион по популярности занимает третье место, причем основной поток путешественников идет из Германии и Великобритании.

Основными проблемами в круизном туристическом рынке Европы и Прибалтийских стран являются вопросы экологии, а также «постоянно растущая мощность судов». Круизный туристический поток в среднем растет на 500 пассажиров в год, и это не может продолжаться бесконечно. Поэтому, по мнению экспертов, Санкт-Петербургу, как и другим туристическим городам Балтийского региона, необходимо продумать вопрос, связанный с передвижением и размещением туристов. В частности, предложено продумать перемещение туристов по рекам и каналам Санкт-Петербурга.

Другая проблема была озвучена 12 марта 2009 года на заседании в Смольном, которое прошло по проблемным вопросам, возникшим в связи с введением для иностранных граждан – пассажиров круизных судов и членов экипажей – обязательной процедуры заполнения миграционных карт при прохождении паспортного контроля. Круизные компании подняли вопрос о слишком длительном оформлении миграционных карт при прохождении паспортного контроля туристами, в результате чего круизные пассажиры не успевают посетить город и экскурсии. А это ведет к срыву графика экскурсий и посещения города туристами. Такая ситуация негативно сказывается на будущих потоках круизных пассажиров.

Власти Санкт-Петербурга уделяют проблемам развития туризма большое внимание, принята программа «Определения стратегических направлений деятельности города по обеспечению эффективного управления процессом развития инфраструктуры туризма, отдыха и развлечений», а также разработан научно обоснованный план по созданию на территории Санкт-Петербурга высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения растущих потребностей в туристических услугах российских и иностранных граждан.

С января 2006 года в составе «Городской туристско-информационный центр» создано Агентство городского маркетинга. Агентство разрабатывает и реализует маркетинговую стратегию развития Санкт-Петербурга как туристического центра.

Проведена работа по созданию туристской символики Санкт-Петербурга; разработана концепция размещения наружной рекламы Санкт-Петербурга за рубежом. Впервые в истории Санкт-Петербурга имиджевая реклама города была размещена в аэропортах и на центральных улицах Лондона, Парижа, Амстердама, Франкфурта, Праги, Рима, Берлина, Токио. Результаты продвижения брэнда Санкт-Петербурга не заставили себя ждать, количество туристов из этих стран значительно возросло, в среднем на 3-5%. Функционирует интернет-портал для туристов (www.visit-petersburg.com) с использованием новейших идей и технологий и учетом опыта мировых лидеров в этой области, на базе портала действует телевизионный интернет-канал, доступный в любой точке мира и отражающий образ Санкт-Петербурга как живого, развивающегося, современного города. В Европе подобный проект реализовал пока только Лондон. Совместно со шведской компанией «Сити брэйк»/”City Break” – оператором on-line бронирования многих европейских городов - создана интегрированная система on-line бронирования гостиниц, билетов в театры, музеи и т.д.

Хорошую эффективность показала туристско-информационная «Служба ангелов». Основные функции «ангелов» – помощь туристам в ориентировании по городу и выборе мест досуга, а также распространение рекламно-информационных материалов. В период проведения Петербургского экономического форума работало более 200 «ангелов».

**3. Основные пути решения в туристско-экскурсионном обслуживании иностранных туристов в Санкт-Петербурге (на базе Городского туристско-информационного центра)**

Скоро лето – самый пик туристического сезона. В Санкт-Петербург приезжает множество иностранных и российских гостей, значительное количество из которых неорганизованные индивидуальные туристы, приезжающие в наш город с целью ознакомиться с достопримечательностями Санкт-Петербурга самостоятельно. Помочь им в этом, призван **Городской туристско-информационный центр («ГТИЦ»)** созданный весной 2000 года как единая государственная информационная служба по туризму, первая в России. Основатель структуры и 100% собственник – правительство Санкт-Петербурга в лице Комитета по стратегическим инвестициям.

Главными задачами «ГТИЦ» являются создание комфортной информационной среды для гостей и жителей города и продвижение туристского продукта Санкт-Петербурга на международном и российском туристских рынках.

В настоящее время работают два информационно-сервисных бюро ГТИЦ на Садовой ул., 14/52 и на Дворцовой пл., 12, плюс 3 туристско-информационных павильона в центре Санкт-Петербурга и 2 информационных киоска установлены как в аэровокзале «Пулково-1» (Сектор Б, 1 этаж, зал прибытия N2), так и в «Пулково-2» (Терминал «Прибытие», 1 этаж, зона выдачи багажа). Штат «ГТИЦ» составляет 185 человек и имеет полностью централизованную структуру. В среднем в разгар сезона количество обращений в «ГТИЦ» превышает 20 тысяч человек в месяц.

В мае 2008 года было зафиксировано 14 223 обращения иностранных туристов и 11 778 обращений туристов из Российской Федерации.

# С какой первой проблемой сталкиваются неорганизованные индивидуальные туристы в первую очередь? С высокими ценами на гостиничные услуги, недостатком качественных и недорогих мест пребывания! Основную массу неорганизованных индивидуальных туристов представляют пенсионеры и студенты из Европы, люди со средним и ниже среднего уровня достатка.

**3.1 Решение проблемы размещения туристов**

Это одна из самых острых проблем развития туризма в Санкт-Петербурге, не только в секторе неорганизованного въездного туризма, но и всей отрасли в целом! Аналитика ценового диапазона выявила следующее:

«Недельный тур в Россию с перелетом обходится европейцам минимум в 1500 евро. За эти же деньги они могут на две недели съездить в Китай – с гораздо более долгим перелетом, – так утверждает генеральный директор компании «о. Греэм Белл» Павел Кретов. Как следствие, в 2008 году в марте, апреле, мае и на белые ночи туристов к нам приехало намного меньше, чем 2007 году. «Для японцев совокупная стоимость поездки в Россию делает ее экономически неинтересной, тур в Европу они покупают дешевле раза в два.

О том, что гостиницы задирают цены, говорят все операторы по приему. Но особо ругают операторы гостиницы «Прибалтийская» и «Питерская» которые в прошлом году подняли цены на 30%. Групповая цена за двухместный номер с завтраком в период белых ночей была на уровне 170–200 долларов в сутки, другие гостиницы последовали их примеру. Никогда в жизни европейские туристы за такие деньги в Россию не ездили, никогда они не жили в номерах за 200 долларов. Вся Европа значительно дешевле».

Правительство города планирует до 2010 г. в Петербурге увеличить номерной гостиничный фонд до 32 900 номеров. Тогда будет достигнут среднеевропейский уровень по количеству гостиничных мест: семь номеров на 1000 жителей, что позволит принять поток туристов в 5–6 млн человек в год.

По данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам, сейчас в Петербурге действует 407 гостиниц на 23 703 номера. В работе находится 173 гостиничных проекта на 14 054 номера: строится 52 гостиницы (5571 номер), 33 проекта (2387 номеров) – в стадии инженерных изысканий или проектирования, по 88 проектам (6096 номеров) разрабатывается необходимая документация. Дополнительная потребность Санкт-Петербурга, по данным комитета, составляет 9096 номеров.

Но, несмотря на увеличение предложения, цены на проживание в гостиницах по-прежнему растут, что указывает на недостаток объектов размещения. По оценке Colliers International, средний уровень цен в первом полугодии 2008 г. по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. увеличился на 17,1% (для гостиниц высшего класса), на 7,1% (для отелей «4 звезды»), на 3,8% – для трехзвездочных средств размещения. Аналогичная картина с ценообразованием наблюдается в сегментах мини-отелей и частного рынка жилья. Количество квартир сдающихся в наем иностранным туристам растет из года в год! Казалось бы, увеличение предложений на рынке размещения туристов должно способствовать снижению цен в гостиницах и отелях за счет здоровой конкуренции и качества сдаваемого в наем жилья, но цифры говорят об обратном.

Аппетиты собственников растут быстрее, чем возможности нанимателей. С июля 2007 г. долгосрочный наем в Санкт-Петербурге подорожал на 20–30%, подсчитали риэлторы АН «Бекар». За январь – июнь 2008 г. – только на 5%, уточняют в Агентстве развития исследований в недвижимости (АРИН). По данным Центрального агентства недвижимости (ЦАН), в месяц за однокомнатную квартиру просят от 15 000 руб., двухкомнатная обойдется минимум в 19 000 руб., многокомнатная стоит от 24 000 руб. Специалисты «Петербургской недвижимости» добавляют, что комнату можно снять за 8000–10 000 руб. в месяц.

Самым дешевым сданным жильем в Санкт-Петербурге стала комната в восьмикомнатной коммунальной квартире без части удобств, ее сдали за 4000 руб., сообщает АРИН. По данным Knight Frank Санкт-Петербург, самые дорогие квартиры – в домах «золотого треугольника» (территория, ограниченная Невским проспектом, набережными Невы и Фонтанки). Стоимость их найма может доходить до 370 000 руб. В июне 2008 года подобная квартира была сдана на ул. Итальянской.

Ставки напрямую зависят от месторасположения дома и состояния квартиры.

В Центральном районе однокомнатные квартиры сдают в среднем по 27 000 руб. в месяц, трехкомнатные – от 40 000 руб. Из спальных районов самыми дорогими являются Приморский и Московский – за однокомнатное жилье здесь просят по 18 000 и 17 000 руб. в месяц соответственно.

Помочь кардинально решить проблему с расселением неорганизованных индивидуальных туристов смогли бы мини-отели, уже сегодня они не позволяют сильно поднимать ставки трех-звездночным гостиницам и частникам. Мини-отели оттянули значительную часть нанимателей, ранее предпочитавших квартиры. Неорганизованные индивидуальные туристы, приезжающие в Санкт-Петербург на несколько дней, все чаще снимают номера в мини-отелях и не ищут другие варианты. Но мини-отелей готовых составить достойную конкуренцию, в городе не хватает. Главная проблема участников внешне весьма успешного рынка мини-отелей Санкт-Петербурга — недвижимость. Чаще всего гостиницы размещаются в выкупленных, а затем перестроенных старых коммуналках и в квартирах жилых домов. А для официального оформления гостиницы требуется перевести квартиры в нежилой фонд (НФ), что очень не просто. Большинству предпринимателей не под силу этот перевод, процесс требует высоких затрат, процедура же оформления порой занимает более года. Добавьте сюда неподъемные налоги на имущество и на землю, которые тогда придется платить, и вдвое увеличивающиеся эксплуатационные затраты. По подсчетам участников рынка, от 50 до 70% малых отелей города до сих пор обретаются в жилом фонде (ЖФ) и оформлены на физических лиц, а юридически их деятельность ограничивается посуточной сдачей квартир в аренду на условиях оформления договоров с постояльцами. Так питерские отельеры и отчитываются перед налоговиками. По сути, никаких правовых коллизий здесь не возникает, поскольку сдавать квартиры внаем никто не запрещает. Вот только формального права называться «гостиницей» у таких предприятий нет. А значит, трудно рекламироваться (ФАС не дремлет), внятно позиционировать свое заведение, формировать сетевые альянсы, не говоря о шансах получить пресловутые звезды.

Другая проблема, актуальная для всех без исключения малых отелей в стране: большинство пожарных и санитарных норм, а также ГОСТы и СНиПы, описывающие требования как к жилым помещениям, так и к гостиницам, не менялись с советских времен и совершенно не соответствуют нынешним условиям. Даже оформленная по всем правилам заявка на перепланировку может быть отвергнута чиновниками только потому, что по нормативам в жилом помещении не должно быть больше двух туалетных комнат. Тем временем, согласно нормам СЭС, если нет сертификата соответствия, в жилом фонде категорически запрещается кормить постояльцев и уж тем более без лицензии продавать спиртные. Вот почему до 15% малых отелей в Санкт-Петербурге вообще не зарегистрировано — фактически бизнесмены работают нелегально.

Решение проблемы:

Все зависит от властей Санкт-Петербурга, нужно упростить процедуру перевода помещений в нежилой фонд, а при согласовании перепланировок заменить часть запретительных мер на условие обязательного страхования, что позволит стимулировать легализацию бизнеса, а заодно привлечет внимание банков и страховых компаний к этому сектору рынка. Кроме того, не нужно препятствовать тем мини-отелям, которые сохраняют свой номерной фонд в жилом фонде, если предприятия легализованы. Ведь существует вполне прозрачная схема, выгодная с точки зрения поступления налогов в бюджет: ИЧП сдает помещения в аренду и платит налоги, а ООО набирает персонал и также платит налоги. Такой подход устраивает налоговиков, пожарных и многие другие проверяющие органы. Всех, кроме СЭС! Нужно изменить устаревшие федеральные правила и разработать городские стандарты для малых отелей, городские правила СЭС. Наряду с этим мини-отели квартирного типа выгодны для города еще и потому, что могут стать базой для создания ТСЖ, своего рода системообразующими предприятиями. Наконец, это существенное подспорье в процессе расселения коммуналок — мини-отели вполне можно включить и в эту программу.

Участники рынка годами призывают власти обособить свод документов, регулирующих гостиничную отрасль, и адаптировать их с учетом особенностей функционирования малых отелей, привести в порядок противоречащие друг другу нормативы и принять, наконец, единый федеральный закон.

Но — увы, вопросы, связанные с регулированием сектора малых отелей, на региональном уровне не решить, а федеральным чиновникам эта тема не интересна.

Отсутствие конструктивного (деструктивного — хватает) внимания государства к рынку малых отелей было бы оправданным, если бы гостиничная инфраструктура в стране была насыщена и отлажена. Однако даже относительно благополучному Санкт-Петербургу для того, чтобы войти в пятерку туристических центров Европы, требуется вдвое увеличить номерной фонд — на 18 тысяч мест.

**3.2 Решение проблемы снижения потока туристов в несезон**

Не для кого не секрет, что другой проблемой въездного туризма в Санкт-Петербурге является «узкий» туристический сезон (всего несколько месяцев в году в период «Белых ночей»), которая, во-первых, мешает развитию туристской инфраструктуры города и, во-вторых – инвестиционному процессу. Бренд «Белые ночи», продвигавшийся в советские времена, прочно закрепился в путеводителях и сознании зарубежного туриста. Но Петербург – не пляжный курорт, где жизнь бьет ключом лишь летом, а крупный европейский центр всесезонного туризма. Культурная жизнь: концерты, выставки, интересные мероприятия – проходят, в основном, осенью, зимой и в весеннее время. 100–200 лет назад гости приезжали в Санкт-Петербург специально на Петербургские зимние сезоны.

Вообще, задачи по продвижению города в зимний сезон призвана решать общегородская программа «Белые дни» – зимняя альтернатива популярным «Белым ночам» с ноября по март. Положительная динамика в продвижении этого бренда налицо – за три года количество туристов-индивидуалов, приезжающих на мероприятия «Белых дней» возросло на четверть, а загрузка петербургских отелей с 30 % – до 50%.

Однако, повторюсь, сегодня цена тура для организованных туристов в Петербург примерно в 1,5 раза выше тура в Европу, и это – главная причина спада турпотока. Поток же неорганизованных индивидуальных туристов сдерживает рост цен на проживание в гостиницах Санкт-Петербурга, сопутствующие услуги (авиаперелет, экскурсионный транспорт, музеи, питание и т. д.). В результате чего в общая стоимость тура в Россию превышает предел покупательского спроса в Европе.

Решение проблемы.

Я предлагаю начать широкое продвижение бренда Санкт-Петербург «Белые

дни –2» для неорганизованных индивидуальных туристов. Как правило, они экономнее, чем организованные группы и отельным инвесторам стоит ориентироваться и на эту группу, так по крайней мере полагают некоторые эксперты.

Бренд Петербурга – это известные люди, как живые, так и умершие, но в том-то и хитрость, что рядовых туристов к ним не подпустят. Обычные горожане в создании бренда не участвуют, хотя могли бы. В Англии, в Америке популярно размещение туристов в семьях. Для наших пенсионеров, студентов, домохозяек, которые порой представляют собой настоящий тип homo over educated – это была бы счастливая находка. Под этим термином я подразумеваю чрезмерно образованных людей – и эти качества можно обратить на пользу себе и окружающим. Если старушки, студенты, не работающие преподаватели, знающие английский, русскую литературу и историю города, будут принимать у себя туристов: таких же старушек, бывших учителей, студентов или семью, только из Европы, – и те и другие обретут приятных собеседников. Вот такие люди, которые будут расширять свой кругозор не просто так, а с учетом туристов, могут стать брендом «Белые дни-2».

Бренд Петербурга неразрывно связан с его историей. Какую целевую группу индивидуальных иностранных туристов не возьмешь для изучения – им интересен не город сам по себе, а то, что в нем происходило. К примеру, даже в Европе знают, что Петербург – колыбель революции, знают бренд «Бандитский Петербург», что не делает нашему городу хорошей рекламы. Или взять советский авангард – единственное, кроме иконописи, живописное направление, популярное на Западе. Там с ума сходят от Малевича и Филонова, а они творили именно в Петербурге. Ну и что с того, что советский период, который у нас пытаются как бы отменить. Петербург уникален тем, что он может торговать периодами: отдельно – барокко, отдельно – классицизмом, отдельно – блистательным 1913 годом. Если провести широкую рекламную акцию в городских СМИ, можно собрать широкую адресную базу семей готовых принять у себя иностранных туристов, обеспечить им питание и знакомство с городом. Этим проектом уже заинтересовались несколько консалтинговых агентств, в частности агентства недвижимости «Новый свет» и «Реал».

**3.3 Решение проблемы недостатка объектов туристской инфраструктуры**

Одной из острых проблем туристской инфраструктуры я считаю нехватку общественных уборных на улицах северной столицы! Этот недостаток туристкой инфраструктуры берет свое начало с 90-х годов. В то время многие туалеты были приватизированы и профиль этих заведений сменился. Так, после «эпохи приватизации» в центральных районах города из 38 стационарных туалетов не осталось ни одного, работающего по назначению. Тогда нехватку мест для справления естественных нужд жителей и гостей города стали решать непрезентабельными клозетами – синими кабинками биотуалетов. Неудобство их заключается не только в их неэстетичном виде, но и в малой емкости, через 4–5 часов кабинка вырабатывает свой ресурс и ее приходится закрывать.

На празднование 300-летия Санкт-Петербурга в 2003 году город обзавелся своим ноу-хау – передвижными санитарно-гигиеническими комплексами, рассчитанными на обслуживание 17 человек одновременно. Также появились модульные туалеты полустационарного типа. Данный объект стоит на фундаменте и подключен к электричеству, водопроводу и канализации, и его легко разобрать и поставить на другом месте. Но все функционирующие тогда объекты не смогли справиться с нагрузкой в сотни тысяч туристов. Таким образом, от нехватки уборных больше всего пострадали исторические памятники, знаменитые питерские дворы-колодцы.

На сегодняшний день в северной столице насчитывается около 500 уборных. Однако полностью решить проблему нехватки общественных туалетов не удалось. По стандартам, которые приняты в мире, в таком большом городе, как Санкт-Петербург, должно быть не менее одного клозета на каждые 5 тысяч жителей. Нетрудно посчитать, что согласно нормам в Петербурге функционирует общественных туалетов вдвое меньше.

Дефицит общественных туалетов власти города намереваются решить к 2011 году. Согласно утвержденной адресной программе в Петербурге, через четыре года будет функционировать около 1000 единиц различных видов туалетов. Цена вопроса – 935 млн рублей, в том числе из бюджета города 604 млн рублей.

Так на заседании правительства города в октябре месяце 2008 года была утверждена новая адресная программа развития сети общественных туалетов в Санкт-Петербурге, рассчитанная на 2008–2011 годы. По данной программе к 2011 году планируется реконструировать 56 заведений на сумму в 242,2 миллиона.

На капитальный ремонт 41 туалета будет потрачено более 90 миллионов рублей. Уже заключено 7 контрактов на сумму около 15 млн. В свою очередь, приобретение и установка 116 модульных туалетов обойдется городскому бюджету в 200 миллионов. Если программа реализуется в полном объеме, хватит заложенных в ней средств, и количество жителей города к тому времени существенно не возрастет, то через 4 года в Санкт-Петербурге вопрос дефицита общественных уборных должен быть решен.

Перспективы развития общественных туалетов, конечно же, радуют, но для туристов отсутствует исчерпывающаяся информация о том, где эти общественные места расположены.

**3.4 Решение проблемы информационного вакуума**

Как было озвучено ранее, главными задачами «ГТИЦ» являются создание комфортной информационной среды для гостей и жителей города и продвижение туристского продукта Санкт-Петербурга на международном и российском туристских рынках.

Информационная база Центра регулярно обновляется и расширяется, объективно отражая динамику туристской отрасли. При помощи электронных информационных модулей Touch Screen можно самостоятельно найти интересующие сведения о гостиницах, ресторанах и магазинах Санкт-Петербурга; о последних событиях в ночной и культурной жизни города; воспользоваться услугами Internet; ознакомиться с картой города и схемой метро и многое другое. С 28 июня 2006 года в Санкт-Петербурге функционирует туристско-информационная «Служба Ангелов», являющаяся структурным подразделением городского туристско-информационного центра. «Служба Ангелов» создана для обеспечения гостей города, российских и зарубежных туристов, высокоэффективной информационной поддержкой. Данный проект призван создавать у иностранных туристов ощущение дружественной заботы со стороны города.

В ГТИЦ широко представлены рекламно-информационные материалы, буклеты, карты и путеводители. Посетители получают консультации, знакомятся с репертуаром театров и кино. Но для неорганизованного индивидуального туриста, данной информации может оказаться недостаточно, в картах, путеводителях и рекламных буклетах представлена в основном информация о местонахождении того или иного культурного объекта. Места общественного питания обозначены в редких случаях, и количество их ограничено, расположение городских общественных туалетов отсутствует вовсе. В данной дипломной работе мною разработана карта туристско-экскурсионного маршрута для неорганизованных индивидуальных туристов, в которой помимо достопримечательностей указаны расположение мест общественного питания и расположение городских общественных туалетов.

**3.4.1 Экскурсионная программа для англоязычных туристов**

Изучив туристские ресурсы и туристскую индустрию Санкт-Петербурга, проанализировав транспортную доступность и географическое положение, а также разнообразность рынка услуг в этом регионе**,** я полагаю, что целесообразно будет развивать индивидуальный познавательный пешеходный туризм, для туристов, приехавших в наш город самодеятельно или по путевке. За три года количество неорганизованных туристов-индивидуалов, приезжающих на мероприятия «Белых дней» возросло на четверть, считаю, что эти мероприятия можно разнообразить индивидуальными экскурсионными маршрутами.

Неорганизованным индивидуальным туристам со средним достатком или достатком ниже среднего уровня, достаточно дорого нанять профессионального гида-переводчика. Помочь им, в самостоятельном изучении Санкт-Петербурга призвана бесплатная трехдневная экскурсионная программа, с картой пешеходного маршрута и описанием достопримечательностей на английском языке.

Основное место предложения экскурсионной программы – Городской информационно-туристический центр. Именно в это место стекается туристический поток индивидуальных туристов за информацией по достопримечательностям Санкт-Петербурга.

Турист приехавший наш город по путевке или самостоятельно, посещает городской информационно-туристический центр, где ему вместе с рекламными проспектами предложат пешеходные экскурсии рассчитанные на один, три или более дней. Количество и разнообразие пешеходных экскурсий может быть самым разным.

К примеру: экскурсия«Васильевский остров – Невский проспект»

Начало пешеходной экскурсии от ст. м. «Василеостровская», по Андреевскому бульвару и Университетской набережной, где можно осмотреть Андреевский собор, первоначальную застройку Васильевского острова, здание Академии художеств и знаменитых петербургских сфинксов, Румянцевский сад, дворцы Петра II и Меншикова, здание Биржи, Дворцовый мост, Адмиралтейскую площадь, банки на Невском проспекте, Строгановский дворец, Казанский собор, Дом Зингера (Доме Книги), Гостиный Двор, площадь Островского, Аничков дворец и мост.

#### Или:

#### Пешеходная экскурсия «Главные площади Санкт-Петербурга»

Пешеходная экскурсия «Главные площади Санкт-Петербурга» раскроет туристам великолепные архитектурные ансамбли Дворцовой, Сенатской и Исаакиевской площадей. Прогулка проходит по Адмиралтейской набережной, откуда открывается великолепный вид на Васильевский остров. Во время прогулки можно ознакомиться со зданием Главного Штаба, Александровской колонной, Зимним дворцом, Адмиралтейством, памятником Петру I («Медный всадник»), зданием Сената и Синода, панорамой Исаакиевского собора, памятником Николаю I, Мариинским дворцом.

**YOUR INVITATION...**

Welcome to St. Petersburg!

One would be hard-pressed to name another city in the world which could be described in such human-like terms. Fiercely independent, (he city has served as the cradle of both uprising and revolution. Countless treasures of art, both inside and outside of the museums, and in all manners of expression, testify to its creative spirit.

On the other hand, St. Petersburg has known anguish. Indeed, no city in the world has suffered in the manner experienced by the city during the 900-day siege by the Nazis during World War ft.

Even the geography of St. Petersburg manifests a certain human flavor to it. Like some great circulatory system, the various canals and channels flowing through the city environs carry the lifeblood from the city»s spiritual heart, the Neva River.

A fair appreciation of the city would require far more time than is afforded most of St. Petersburg»s visitors. Regardless of the length of your stay, however, there are certain essential points of interest that should not be missed. We invite you to discover for yourself some of these outstanding features. We»ve tried to design this self-guided tour so that you»ll succeed in visiting many of the outstanding highlights of St. Petersburg within one afternoon. A second optional tour offers you the opportunity to experience even more, You»ll capture & feel for the city impossible to match within the constraints of ordinary tours. And perhaps, your experience will help make it easier for you to appreciate the almost spiritual nature of the relationship which exists between the city and its residents.

**BACKGROUND HISTORY OF ST. PETERSBURG**

During the 17th and 18th centuries, Russia and Sweden were engaged in a series of struggles to gain power over areas inhabited by Finnish and Slavic nationalities from early times. The land upon which the city of St. Petersburg now sits fell to forces under Peter the Great during the Northern War (1700-21), which settled the issue once and tor all. The city dates from May 27, 1703. On that day, Peter the Great ordered the construction of what is now known as the Peter and Paul Fortress near the mouth of the Neva River to protect the newly won region. The city takes its name from its patron, St. Peter, and not from the famous czar.

In 1712 Peter the Great decided to move the capital here from Moscow to facilitate contact with Europe. Hundreds of thousands of peasants, soldiers, and craftsmen were brought here to transform the uninhabited, marshy area to Peter»s capital. To speed up construction the czar issued a special decree forbidding stone work anywhere else in the country for several years. He assessed a kind of tax; every barge that went down the Neva and every cart that entered St. Petersburg had to bring a certain number of building stones. Workers used these to lay the foundations of houses and to pave streets. Later, special brick factories were built.

The czar himself supervised the construction. A special office was built where architectural plans were drawn up. Over the years St. Petersburg has retained the harmony which characterizes its layout through adherence to such planning. From this initial activity, a remarkable variety of architectural ensembles, churches, and memorials arose in what is today considered the historic section of St. Petersburg.

**Walking tour № 1.** The excursion beginning – M. Gorkovskaya

**Food places**

Kronverkskaya nab. h.3, restaurant «LUST ALAND» (European cuisine)

Kronverkiy prospekt, h. 53, restaurant «DEMYANOVA UHA» (Russian cuisine)

Kronverkiy prospekt, h. 59, restaurant «Hut of the fisherman» (Russian cuisine)

Aleksandrovskyi park, h. 5, restaurant «Mountain eagle» (Georgian cuisine)

The Peter and Paul Fortress – kafe «KARETA»

Kamenooosrovskiy prospekt, h.2, kafe «Ideal cup» (European cuisine)

**1. The Mosque of the Congregation of Moslems**

Arch. N. Vasiliev, S. Krichinskiy, A. Gogen (1909-1920), Kronverkskiy prospekt, 7.

The **Saint Petersburg Mosque** when opened in 1913, was the largest mosque in Europe, its minarets attaining 49 meters in height and the impressive dome rising 39 meters high. The mosque is situated in downtown St Petersburg, so its azure dome is perfectly visible from the Trinity Bridge across the Neva. It can accommodate up to five thousand worshippers.

The founding stone was laid in 1910 to commemorate the 25th anniversary of the reign of Abdul Ahat Khan in Bukhara. By that time, the Muslim community of the Russian capital exceeded 8,000 people. The projected structure was capable of accommodating most of them. The architect Nikolay Vasiliev patterned the mosque after Gur-e Amir, the tomb of Tamerlane in Samarkand. Its construction was completed by 1921.

Worshippers are separated by gender during a worship service; females worship on the first floor, while the males worship on the ground floor. The Mosque was closed to worshippers from 1940 to 1956.

History

In 1882, Selim-Girei Tevkelev who in 1865 was appointed the Mufti of Orenburg turned to and obtained agreement from minister Count Tolstoy with the requirement for a mosque in St. Petersburg. In 1906, the Minister formed a special committee headed by Ahun Ataulla Bayazitov to collect 750 000 rubles within 10 years for the construction of the mosque. They organised collections in towns and providences of Russia and received donations from rich sponsors. In addition the committee input securities in total amount of 142, 000 rubles and also stamps for mosque»s project. The biggest donor was Said Abdoul Ahad, Emir of Bochara who undertook all expenses for the building.

The location of the mosque was symbolic, sited opposite the Peter and Paul»s Fortress, in the city centre. The permission to purchase the site was given by Emperor Nicholas II in Peterhof on 3 July 1907. That autumn, the committee approved the project by architect Nikolay Vasiliev, the engineer Stepan Krichinskiy, and construction was overseen by academic Alexander von Gogen. The building facade was made by combining both oriental ornaments and turquoise blue mosaic.

On 3 February 1910, the brick laying ceremony was performed by Ahun Bayazitov, attended by government, religious and social figures. Among those who attended was Amir Buharskiy, Harusin, Novikov, the ambassadors of Turkey and Persia, Sultanov the Orenburg»s Muftiy, and Tevkelev, the leader of the Muslims party in the Duma.

The walls were made with grey granite and the dome and both minarets (tower) are covered with mosaic ceramics of sky-light-blue colour. Skilled craftsmen from Central Asia took part working on the mosque. The facades are decorated with sayings from Koran using the characteristic Arabian calligraphy. Internal columns are made from green marble. woman pray in on the first floor, above the western part of the hall. The mosque was covered by huge special made carpets woven by the Central Asian craftsmen.

The St. Petersburg Mosque was closed and was made into a warehouse during the Second World War. At the request of the first Indonesian President, Soekarno (whilst visiting the city), the mosque was returned to the Muslim community of the city in 1956, ten days after his visit. A major restoration of a mosque was made in 1980.

**2. The Museum of the Political History of Russia (The Mansion of M. Kshesinskaya ballet dancer)**

Ulitsa Kuybysheva, 2/4.

How did the appearance of politicians vary in the period from the Imperial Russia till our days? How did social crises and dominating ideology influence clothes of ordinary citizens in the XXth century? What did the first ladies of the country wear? These questions are in the focus of attention of the exhibition «Politics and Fashion».

Fashion as a «range of habits and the tastes dominating in a certain social environment during a certain period of time» reflects brightly and picturesquely different epochs. At all times clothes had a distinct indicative content, showed involvement in various social groups, and sometimes underlined political predilections.

This exhibition shows how, during the Soviet period, fashion which was considered a phenomenon of the bourgeois West, overcame a number of barriers to take a legal place in the life of our society. At the exhibition you can see how the appearance of the population depended on political, social and economic conditions. Certain clothes could tell about observance of social behavior rules or cases of deviation.

**The Exhibition consists of 7 sections**

**Section I. Appearance of the population in the Imperial Russia in the early XXth century.**

**Section II. The Revolution of 1917 and the Civil War. Attributes of revolutionary fashion.**

**Section III. Fashion of the NEP period and struggle against it. Searches for the ”Soviet style» in clothes (the 1920s).**

**Section IV. Influence of the first five-year plans epoch on the Soviet people»s appearance. “Prosperity” course in the mid-1930s. Formation of the Soviet elite»s fashion and its influence on people»s tastes.**

**Section V. Difficulties of a post-war life. Passion for the western fashion and struggle against «servilities to the West» in the late 1940s – early 1950s.**

**Section VI. Formation of the consumer society in the 1950 – 1980s and its adaptation to the Soviet conditions. Deficiency and fashion. Arrival of the world fashion in Russia.**

**Section VII. «The Party fashion».**

**3. The Grand Ducal Burial Vault (Peter and Paul Fortress)**

Arch. D.Grimm (1896-1908).

**4. St. Apostles Peter and Paul Cathedral (Peter and Paul Fortress)**

Arch. D.Trezini(1712-1733)

**5.The State Museum of the History of St. Petersburg (Peter and Paul**

**Fortress)**

**6. The Boat House (Botnyy Domik) (Peter and Paul Fortress)**

Arch. A.Vist(1762-1765), Zayachiy Ostrov

On May 27, 1703 the **Sankt-Petersburg** fortress was founded on **Zayatchy** (**Hare**) island. The island is only 600 meters long and 350 meters wide. However, the fortress was constructed in the strategically important place of the Neva River»s estuary. At first, the fortress was called **Sankt-Petersburg** (**Saint-Petersburg**) - the city of Holy Peter. Later, the **Saints» Peter and Paul Cathedral** was built on the territory of the island and the name was changed to the **Petropavlovskaya** (**Peter and Paul**) **Fortress**.

**The Peter and Paul Fortress** was supposed to be the Russia»s key to the European maritime communications - Russian outlet to the Baltic Sea, by **Peter the Great**. The enterprising emperor designed the plan of its construction himself. The fortress has an elongated form from East to West and the walls repeat the island»s outline. Pentagonal bastions at the corners of the fortress constructed under the supervision of **Peter the Great** and his close associates got their names - **His Majesty»s**, **Menshikov**,, **Zotov**,, **Trubetskoy**,, **Golovkin**, and **Naryishkin**,. The bastions are connected with the others by six curtains - Peter»s, Catherine»s, Neva»s, Basil»s, Nicholas and Kronverk. A canal was dug through the island to supply the garrison of the Saint-Petersburg fortress with ammunition, hardware and fresh water that was later covered with earth in 1882. The walls of the fortress were mainly made of earth and wooden planks in 1703. Their replacement with solid masonry constructions started in May 1706 and lasted till 1740. The Swiss architect **Domenico Tresini** designed bastions and curtains of the fortress to 12 meters high and to 20 wide. These military fortifications consist of two parallel walls. The external walls are from 4 to 8 meters thick, while the internal ones are to 2,5 meters. Casemates for soldiers and storage of ammunition were arranged between two walls. The fortress has six gates and the main is the Petrine Gate designed by **Domenico Tresini.** The gate was rebuilt in stone to the design of the same architect in 1718. The Petrine gate imitates a triumphal gate of the Russian victories over Sweden. The construction of ravelins - additional fortification structures, designed to protect Eastern and Western gates of the Peter and Paul fortress, started in 1731. The Eastern Ioanovsky ravelin is called in honour of Peter I»s brother - Ivan, while the Western Alekseevsky ravelin - after his father Aleksey Mikhailovitch.

**Domenico Tresini** presided the construction of the **Peter and Paul Cathedral** in 1712-1733. At first the 122,5 meters belfry was constructed to symbolize the Russian steadfast position on the banks of the **Neva River** and the Baltic Sea. It was the highest structure on the territory of **Saint-Petersburg** from 1718 to 1963, when the present 316-meters TV-tower was built. The bell tower ends with a 32-meters high golden spire, a turning cross with the figure of an angel. A Dutch chiming clock bought by the order of Peter the Great was placed on the top. The Peter and Paul Cathedral has an elongated rectangular form with a high belfry on the western side instead of a high central cupola in the Old Russian architecture. Inside the cathedral is divided into three naves by two rows of pylons that support groined vaults. Murals and sculptures depicting angels, chirrups and instruments of Christ»s torture decorate the vaults. One of the most precious exhibits of the Peter and Paul cathedral is an 18th-century iconostasis. It was made of oak and linden by a group of skilled craftsmen headed by Ivan Zaroudny in Moscow in 1722-1725. Then it was transported to Saint-Petersburg and was placed inside the cathedral in 1727. The iconostasis was designed in the form of a triumphal arch, symbolizing the Russian victory in the Northern war over Sweden. The tsar»s place, the pulpit and copies of Turkish and Swedish military banners impart a solemnity to the decoration of the Peter and Paul Cathedral. In 1756, a thunderbolt struck the high spire, the belfry with the figure of the angel burnt to the ground, and the inside of the cathedral was badly damaged as well. Only twenty years later the bell tower was completely rebuilt. The badly weathered frameworks of the belfry were replaced with the exact copies made of steel to the design of civil engineer **Zuravsky** in 1858. Then the height of the bell tower was increased to 122.5 meters due to the computation error. The Peter and Paul Cathedral was a burial place of all Russian tsars. All Russian emperors from Peter I to Nicholas II, except Peter II and Ivan IV, all Russian empresses and many Grand Dukes were buried there. The Grand Ducal Burial Vault, designed by Grimm, Tomishko and Benua, was constructed near the Eastern side of the Peter and Paul cathedral in 1896-1906. Thirteen members of the Romanovs» family were buried there before the Bolshevik October Revolution in 1917.

A number of subsidiary buildings were constructed on the territory of the Peter and Paul fortress: ordnance depot, commandant»s house, mint, guardhouse, engineers» house, jail of the Trubetskoy bastion. Today many buildings accommodate exhibitions about the foundation, construction and history of Saint-Petersburg. An excursion route called the Neva»s gala panorama was arranged on the bastions and curtains of the fortress that overlook the Neva River.

**7. Zoological Park** (It was established in 1865), Alexandrovskiy Park, 1.

**ZOOLOGICAL PARK (until 1952, the Zoological Garden)**, a cultural, educational and scientific institution, where wild and certain domestic animals are kept, demonstrated and studied. It is situated on Petrogradskaya Side, on the former location of the Alexandrovsky Garden. Its area is about 7.4 ha. The collection of animals consists of approximately 2,000 examples of 408 species (80 are are considered to be internationally endangered species while 42 are endangered in Russia, 15 are protected in the territory of Leningrad Region). The Zoological Park was opened on 1 August 1865; its first owners were Sofia Gebgardt and her husband Julius Gebgardt (died in 1871). After her husband»s death S. Gebgardt married E.A. Rost (1842-1908, who owned the Zoological Garden from 1873. Under Rost the Zoological Garden was supplied with the very latest equipment, and the collection grew to 200 species and 1,200 animals, birds and reptiles. A sewage system and electrical lighting was arranged, a theatre was built for 500 seats. The Zoological Garden had its own brass band and later on a symphony orchestra; the Zoology restaurant was also located at the park. In 1897, Rost departed to Germany and the Zoological Garden had gradually declined. After 1910, the Zoological Garden was practically re-created again under a new lessee, actor and entrepreneur S.N. Novikov (1850-1922): a number of pavilions were built for animals; city-residents could again see lions, hippopotamuses, rhinoceros, elephants and other exotic animals. Three theatres ran in the Zoological Garden, the open air theatre, the restaurant theatre, the shooting gallery and the carrousel. Performing animals acted there, children could ride on ponies or donkeys. A big wooden theatre was predominantly used for performing operettas. In 1918, the Zoological Garden was nationalised, zoologist N.P. Tanasiychuk (1890-1960) was appointed its manager, the general direction was performed by the Scientific Council (abolished in 1924), which included the most eminent zoologists. From 1929, the Young Zoologists Society has been working in the Garden. For the 75th anniversary of the Garden in 1940, 171 ha in the region of the Udelny Park were given to the Zoological Garden; however, military operations rendered the plans for constructing a new zoological garden impossible. During the Siege of 1941-44, workers of the Zoological Garden continued working in difficult circumstances (in memory of their exploits the old name of Leningrad Zoological Garden has been retained). The Zoological Garden was opened to visitors in the summer months, and from 1944 it has been working throughout the year (the animal theatre never ceased working). In 1952, the Zoological Garden was given part of еру garden of the State People»s House, and its territory increased by more then 2.5 times. In the 1950s-60s, many interesting animals were brought to the park where acclimatisation experiments were conducted. The collection and the level of scientific and educational work carried out in the Zoological Garden was the best in the country.

**8. (9) Kronverk (The Museum of Artillery, Engineers and signal corps)**

Arch. P.Tamanskiy (1849-1860), Alexandrovskiy Park, 7

Displaying an enormous collection of arms and heavy artillery from the Middle Ages to the present day, this museum is located just across a narrow canal from the Peter and Paul Fortress. The museum is a great place to visit with your kids, who will love the open-air exhibition of artillery and missile launchers in the museum»s courtyard. Inside the museum displays a rather old-fashioned collection of military memorabilia, temporary exhibitions, a nice little shop stocked with models of weapons and miniature soldiers and a cafe.

**10**. **Baltiyskiy Dom Theatre.** Alexandrovskiy Park, 4

**The excursion termination № 1 – M. Gorkovskaya**

**Walking tour № 2.** The excursion beginning – M. Vasileostrovskaya

**Food places**

Sredniy prospekt, h. 26, McDonald`s 6-7 –ya Linia, h.25, restaurant «BLACK-and-WHITE» (European cuisine)Universitetkaya, nab, h. 13, kafe «BELLINI» (Russian cuisine)

Bolshoy prospekt, h. 41, restaurant «SVAGAT» (Indian cuisine)

Universitetkaya, nab, h. 3 restaurant «Russkiy kitch» (Russian cuisine)

Birgevoy per. h. 1, restaurant «AKADEMIA» (Russian cuisine)

**THE SPIT OF VASILYEVSKY ISLAND**

Over the years the Neva River has enriched St. Petersburg»s heritage both through its purely practical function as an artery for trade and also as a theme incorporated into outstanding Russian literature. From its source, Lake Ladoga, the Neva flows west seventy-four kilometers to the Gulf of Finland. The city of St. Petersburg has grown up on and around the more than forty islands which form the Neva»s delta. You are currently standing on the eastern tip of one of them, Vasilyevsky (St. Basil»s) Island. At one time this was the focus of Peter the Great»s detailed development scheme for his capital. Since no bridges spanned the Neva in those early days, however, the transportation of construction materials here proved difficult and foiled the plan. Eventually the center of the city was constructed on the side of the Neva where Nevsky Avenue (Prospect) runs.

The spit of land upon which you are now located was formed from stone and sand fill material extending 122 meters (400 ft.) eastward into the Neva from, Vasilyevsky Island. All of the buildings in this area were constructed between 1805-32 to serve the needs of the growing port. In the center of what is now known as the Exchange (Birzhevaya) Square stands the former stock exchange. It currently houses the Central Naval Museum. The architect Jean Thomas de Thomon designed the structure; it was constructed in 1810. On each side of the stock exchange stands a building created by the architect Giovanni Luchini. The port utilized both of them originally as warehouses. Today the structure on the left houses the Zoology Museum. The Soil Science Museum occupies the one to the right.

Flanking the spit, two «rostral columns» rise 32 meters (105 ft.) into the sky. The term conies from the Latin «rostra» meaning «beak.» In ancient times the Romans traditionally decorated triumphal columns with the figure headed prows of defeated ships. In the 19th Century, these columns served as lighthouses for vessels arriving from Lake Ladoga. Now they are used during national festivals. A tire is lit on the top which people can see from all over the river area. At the base of both columns rest sculpted figures which serve as the symbols of four of Russia»s greatest rivers. Viewed from this location, from left to the right, these include the Neva, the Volkhov, the. Volga, and the Dnieper.

St. Peterburg»s prominence as a seaport elates from November of 1703, with the arrival of the first trading ship from Holland. Eager So promote his fledgling port and gain for it further acceptance by the Europeans, Peter the Great rewarded the crew of this first ship with a cash bonus. He promised additional sums for succeeding visitors.

Eventually St. Petersburg became Russia»s most important seaport; the immediate area around the spit became one of the busiest places in the city. One could hear the voices and shouts of numerous foreign languages. Here, before the construction of the elaborate buildings which now front onto the spit, Russian and foreign merchants came So negotiate their deals. Inhabitants of the capital frequently gathered to note the comings and goings of trading vessels from all parts of the world.

**1. The Cathedral of Apostle St. Andrew the First Called Arch.**

A. Vist (1764-1780), Vasilievskiy Ostrov, 6-ya liniya, 11

**UNIVERSITY EMBANKMENT**

Walk down the street which runs along the Senate-Synod ensemble towards the Neva River and cross over to the embankment at the stoplight. Try to find a vantage point which offers you an unobstructed view of the opposite bank, for there are a number of remarkable sites to look at.

Immediately opposite the Senate-Synod ensemble, for instance, lies the Menshikovsky Palace. Alexander Menshikov, a favorite of Peter, built his palace on this site upon being granted ownership of all of Vasilyevsky Island in 1707. Although it now appears rather plain-looking, in the days of Peter the Great, it was one of the most luxurious buildings in all of the city. The czar, who hated official meetings, often arranged for them to be held here.

To the left of Menshikovsky Palace, an extensive stand of trees marks the location of an obelisk, hidden from view, which commemorates a Russian victory over the Turks in a war fought between 1768-74. To the left of this, at the foot of one of the bridges which span the Neva, stands the Academy of Arts. Originally founded in 1757, it has played a crucial role in the training of Russian painters, sculptors, and architects. In our day, it houses not only an art school, but also one of the nation»s oldest art museums.

Directly in front of the academy there are steps leading from street-level down to the Neva. Flanking them lie two sphinxes purchased by Russia in the 19th Century. Discovered in 1820, they probably, date from the 15th Century B. C. Archaeologists believe that the features of Pharoah Amenhotep III are carved on their faces. The Russian writer Andrei Muravyov saw the statues while traveling through Egypt. Much impressed, he lobbied for their purchase by his government. Czar Nicholas I granted his permission and a special ship brought the treasures to St. Petersburg in 1832.

Now look up the Neva in the other direction until you catch sight of one of the orange-colored rostral columns you visited earlier. To the left of it stands the former Kunstkammer, a blue and white building crowned with an eight-sided turret and high dome. Here the private collections of Peter the Great were housed and exhibited. This assembly included rare books, valuable minerals, exotic plants and animals, as well as preserved specimens of anatomical variation — some quite hideous. A number of these can still be seen in the Chamber of Curiosities located inside this building in the Museum of Ethnography. Later, the St. Petersburg Academy of Sciences used the site.

After the Academy outgrew the facilities of the Kunstkammer, the Academy of Sciences building was constructed next door. Designed by Giacomo Quarenghi and featuring an eight-column portico, it was constructed between 1783-88. In 1934 most of the Academy»s departments were transferred to Moscow. The departments of literature and language remained.

Finally, immediately to the left of the Academy of Sciences stands the red and white building which marks the location of St. Petersburg University. Designed by Domenico Trezzini and built between 1722-41, the complex of twelve adjacent structures housed ministries of the government until the University occupied the site in 1819. From this vantage point, only the short, southernmost end can be seen.

**2. The Russian Academy of Arts (The Research Museum of the Russian**

**Academy of Arts)**

Arch. A. Kokorinov, J.-B. Vallin de Lamothe (1764-1788), Universitetskaya naberezhnaya, 17

Many prominent Russian artists graduated from the Russian Academy of Fine Arts and the Repin Institute. The museum»s exhibitions, displayed in the former building of the Academy, feature graduation and study projects completed by students of the Academy, a number of works by the Academy»s teaching staff and various paintings related to the history of the Academy. Although this is hardly the most impressive art collection in town, you will still find some excellent pieces and gain an interesting insight into St. Petersburg»s artistic education of the past. The museum also features temporary exhibitions of works by prominent local artists in the Titian Hall and the annual art exhibition of the Academy, which is now based in Moscow.

**3. The Egyptian sphinxes** Universitetskaya naberezhnaya, 17

**SPHINXES**. Mythical creatures with the body of lion and a human head. In the second half of the 18th century, marble sphinxes were installed in the Private Garden in Gatchina and at the Osinovaya Roscha estate. Cast-iron sphinxes were installed in the Stroganov Palace courtyard. Miniature granite sphinxes were placed at the Kushelev-Bezborodko residential landing (end of the 18th century). At the beginning of the 19th century, stylised Egyptian sphinxes were created in the workshop of sculptor P.P. Sokolov. In 1825-1826, a pair of cast-iron sphinxes decorated the Egyptian Bridge across the Fontanka River. It is likely that the two sphinxes situated in the yard at Mozhaiskaya Street were cast according to the same model; in the 1980s they were installed on the new boat landing stage on Kamenny Island. In 1832, original sphinxes were brought from ancient Thebes in Egypt to St. Petersburg (15th century B.C.), and were installed at the landing near the Academy of Fine Arts (1832-1834, architect K.A. Ton). The sphinx image was given an original treatment by artist M. M. Shemyakin in his Monument To Victims of Political Repression on Robespierre Embankment (see Monument to the Victims of Political Repression).

**4. Menshikovskiy Palace (The Branch of The State Hermitage)**

Arch. D. Fontana, G. Shedel, Universitetskaya naberezhnaya, 15

The Menshikov Palace (Russian: Меншиковский дворец) is a Petrine Baroque edifice in Saint Petersburg, situated on Universitetskaya Embankment of the Bolshaya Neva on Vasilyevsky Island.[1] Since 1981, it has served as a public museum, a branch of the Hermitage Museum.

The palace was founded in 1710 as a residence of Saint Petersburg Governor General Alexander Menshikov and built by Italian architect Giovanni Mario Fontana and, later, German architect Gottfried Johann Schädel. It was opened in 1711, but the construction continued until 1727 (assisted by Domenico Trezzini, Bartolomeo Rastrelli, Georg Johann Mattarnovy and Jean-Baptiste Le Blond), when Menshikov with his family was exiled to Siberia and his property was confiscated.

In 1731, Cadet Corps were established and occupied the palace and neighboring buildings. At the end of the 19th century the Menshikov Palace was restored and became the museum of the Corps. In 1924, its collections were moved to the Hermitage and other museums. From 1956-1981 the Menshikov Palace was restored again and finally opened to the public as a branch of the Hermitage Museum with a collection of Russian art of the late 17th-early 18th century.

**5.** **The Twelve Colleges (Saint Petersburg State University)**

Arch. D.Trezini (1722-1742), Mendeleevskaya liniya, 5

The Twelve Collegia was commissioned by Peter the Great, who wanted a place for the Russian government, at the time divided into 12 branches: The Senate (created in February 1711, eventually renamed «Council of the Empire»)

The Synod Nine colleges (later called ministries): Foreign Affairs, Revenue Collection, Justice, Expenditure, Financial Control, War, Admiralty, Commerce, Mining and Manufacturing Additional, or tenth college/ministry for trade.

**6. The Museum of Anthropology and Ethnography named after Peter the Great** (Kunstkammer),(Chamber of Curiosities)-Universitetskaya naberezhnaya, 3

The museum was founded in 1879. Rich collection acquaints the visitors with the culture of the people of Asia, Africa, Australia and American Indians.

**7. The Museum of Zoology**.

Universitetskaya naberezhnaya, 1

St. Petersburg»s impressive zoological collection consists of over 17 million species, although only 500 thousand species can be displayed in the museum»s current 19th century home. Exhibits range from enormous dinosaur, mammoths and whale skeletons to stuffed animals and birds and a unique collection of butterflies. Although the museum»s exhibits are rather low-tech and old-fashioned, future funding projects hope to liven up the museum with more interactive displays and multimedia presentations.

**8. (9)Тhе Central Naval Museum (Birzha)**

**(Former Stock Exchange Building) (The Central Naval Museum)**

Birzhevaya ploshchad, 4

The Central Naval Museum is one of the oldest museums in Russia and one of the largest of its kind in the world. It originates from the Model Chamber, founded by Peter the Great in 1709. Initially it was a drawing workshop where all the ship models and drawings were kept. In 1720s - 1730s, there was even a singular exhibition of the most interesting models and drawings. In 1805 on the basis of the Model Chamber collection the Naval Museum was established. Naval officers hearty welcomed the appearance of the maritime museum and willingly supplied it with exhibits. Soon after even the tradition of bringing from voyages some rarities for the museum collection was established. But unfortunately the sailors thought that only foreign wonders and curiosities were worth bringing to the museum. That»s why after a time the museum was crowded with the ethnographical, zoological and geological collections that had nothing to do with the specialization of the museum. Tsar Nikolay I decided that the museum wasn»t effective and annihilated it.With the development of the shipbuilding the problem of systematic study of technical, historical and military experience became urgent, besides there was a need for preservation of valuable historical naval monuments and demonstration of the new achievements. The Russian Fleet desperately needed its own museum and in 1867 the Naval Museum was reopened.



After the Revolution of 1917 the collection of the museum was enlarged considerably due to the expropriated collections. A lot of exhibits connected with the royal family and famous aristocratic families were destroyed as not corresponding the new ideology.

In 1939 the Central Naval Museum was given one of the most beautiful buildings in the city - the Stock Exchange building. The Stock Exchange, the focal point of wonderful architectural ensembles of the Spit of Vasilyevsky Island, was erected in 1805 - 1810 to the project of the celebrated architect Thomas de Thomon. The strict classical image of the Stock Exchange corresponds well to the majestic and mighty style of the city. All around the building magnificent Doric colonnade, resting upon the granite stylobata, goes. Decorating the attic allegorical sculptural groups «Neptune with two rivers» and «Navigation with Mercury and two rivers» underline the Stock Exchange»s connection with maritime subject.

The main exposition, enlightening the history of Russian navigation and Russian Fleet from the ancient time till nowadays, occupies 10 halls situated on the ground floor of the museum. There visitors can learn about the creation and history of Russian navy, the most important naval battles, that brought the glory to the Russian Fleet, geographical discoveries, circumnavigation and celebrated expeditions. Russian men-of-war»s played an important role in the revolutionary events of 1917 and Civil War. Several exhibition halls are devoted to the Soviet Fleet in World War II. The exhibition devoted to the creation of the missile atomic navy in the USSR in 1965-1975 is especially interesting. There models of warships of different classes, atomic submarines of the second generation and a strategic missile submarine, as well as documents and photographs are on display. The exposition ends with the exhibition devoted to the Navy in the period of the so-called «Cold War», its development after the war and the state of Russian Navy nowadays.

In all, the Central Naval Museum stocks more than 8,000 items, among them there are models of ancient and modern ships, navigation tools, patterns of weapon and equipment, maps, photos, flags and banners, war booty, personal belongings of the famous Russian navigators, rich collections of paintings and numismatics. The oldest exhibit displayed is the ancient dug-out, the archaeologists date back to the 1st millennium B.C. The museum treasures «The grandfather of the Russian Fleet» - the famous botik (a small vessel) of Peter I.

**10.** **Rostral Columns**

Arch. J.-F. Thomas de Thomon (1805-1816), Birzhevaya ploshchad

Early in the history of St. Petersburg the Strelka (spit) of Vasilevsky Island, the largest island of the Neva delta, was intended to become the heart of downtown St Petersburg. Some of the buildings, such as the Customs House, still remain from that time, although downtown shifted onto the left bank of the river. In the early 19th century one of St. Petersburg»s most elegant architectural ensembles appeared on the eastern edge of the island. The imposing white colonnaded building of the Stock Exchange was its focal point, and was flanked by two Rostral Columns. The Stock Exchange, designed by the French architect Thomas de Tomon and built in 1805-10, was inspired by Ancient Greek and Roman architecture. The two Rostral Columns, studded with ships» prows, served as oil-fired navigation beacons in 1800s (on some public holidays gas torches are still lit today).

**The excursion termination № 2, the bus 259 to the underground the Neva avenue.**

**Walking tour № 3.** The excursion beginning M. Nevskiy Prospekt

**Food places**

Nevskiy prospekt, h. 31, restaurant «The seventh visitor» (European cuisine)

Griboedova kanal, h. 22, restaurant «Blow up» (Japanese cuisine)

Italyanskaya ul., h. 15, Fish restaurant «7Skybar»

Sadovaya ul, h. 6, restaurant «EGO» (European cuisine)

Fonntanka nab. reki 9, restaurant «9 PUB» (Irish cuisine)

Moyki nab. reki, h. 2b, restaurant «Adamant» (Russian cuisine)

Konushennaya ul, h. 19/8, restaurant «Carlsberg Bar» (European cuisine)

Griboedova kanal, h. 14, restaurant «Chayka» (German cuisine)

**1. The Duma Tower**

Arch. D.Ferrari (1799-1804), Nevskiy prospekt, 33

The City Duma building was the center of local government 1786-1918.

The Duma Tower seen on the left, was built 1799-1804 as a watchtower for fires. Ironically the tower was severely damaged by fire itself in 1998, but has since been restored.

The adjacent building on the left of the tower is the Municipal Assembly or Duma itself with its numerous offices and the Grand Assembly Hall. The original 18th century building was redesigned in the neo Renaissance style by Nikolai Efimov and rebuilt between 1847 and 1852. Some additional reconstruction work was also done in 1913. Low fourth floor level was added in 1914.

**2. The Zinger Company Building (House of Books)**

Arch. P. Suzor (1902-1904), Nevskiy prospekt, 62

Singer building in St. Petersburg is a historical and architectural heritage building and owned by the federal government. Seven-storey building, built in modern style (1902-1904) for «Singer» manufacturing company, occupies about 7000 square meters. Management of «Singer» corporation wanted to build a skyscraper, similar to the «Singer» building in New York City, but it was not allowed to build houses more than 22 m tall in the center of St. Petersburg. The architect constructed a tower with a globe made of glass on the top that made an impression of a «Skyscraper», but didn**»**t block the view on other important buildings of the city center.

**3. Mikhaylovskiy Palace (The State Russian Museum)**

Arch. С Rossi, art. V. Demut-Malinovskiy, S.Pimenov (1819-1825)

Inzhenernaya ulitsa, 4

**4.** **The State Russian Museum** (Mikhaylovskiy Palace)

All the buildings surrounding this square accommodate museums or theaters of some kind. To orient yourself, stand facing the front of the sculpture to Pushkin. On your left stands the yellow Maly Opera and Ballet Theater, named after the Russian composer Musorgsky. Designed by Alexander Bryullov, it opened in 1833. The internationally renowned dance company performs to the music of the world»s most beloved ballets during the regular season.

If you look ahead, you will see the Russian Museum. While the world-famous Hermitage houses Russia»s greatest collection of international art, this gallery retains solely the great works of the country»s own painters and sculptors. These were collected by the czars over the centuries of their rule. The architect Carlo Rossi originally designed the building for the brother of Czar Nicholas I, the Grand Duke Mikhail, and completed it in 1825. It opened as a museum in 1898 as the czar»s gift to the Russian public.

The street onto which the museum fronts is known as Engineer»s Street. Head east on it until you reach Sadovaya Street. You»ll know you»re there when you spot the tracks for the city trams which run its length. Turn left and head down Sadovaya. You»ll soon come upon a park situated to your left. Continue along. Opposite the gated entry to the park lies the Mikhailovsky (Engineers») Castle, painted orange. Cross the street and make your way onto the castle grounds.

**5. Monument of A. Pushkin**

Art. M.Anikushin (1957)

**6.** **The Russian Ethnographical**

Museum-lngenernaya ulitsa, 4/1

The Russian Museum of Ethnography is one of the largest and famous museums in the world. Its collection contains above half a million objects and creates a broad picture of traditional life and culture of more than 150 peoples of Russia from the 18th-20th centuries.

The Museum was founded as the Ethnographic Department of the Russian Museum in 1895. In 1934 it became an independent scientific and cultural institution - the State Museum of Ethnography of the peoples of Russia, and since 1991 it carries the title the Russian Museum of Ethnography

**7. The Monument to Peter I**

Arch. F. Volkov, A. Mikhaylov, art. K.-B. Rastrclli, I. Terebenev, V. Demut-Malinovskiy (1745-1747)

In 1716, emperor Peter the Great commissioned the Italian sculptor Carlo Bartolomeo Rastrelli, father of his favorite architect Bartolomeo Rastrelli, to design an equestrian statue in commemoration of the Russian victories over Sweden in the Great Northern War. Rastrelli worked for eight years with a model of the monument before it was approved by the emperor in 1724. But as the emperor died the following year, work halted and the sculpture»s casting was only completed after the sculptor»s death, by 1747,only to remain in a local warehouse,and not to be erected until 53 years later. In the meantime, Catherine the Great had ordered another monument in memory of her predecessor Peter the Great - the Bronze Horseman, the most famous statue of Peter the Great in St Petersburg. At the base of the Bronze Horseman, Catherine even linked her name with Peter the Great, an expression of Catherine»s attitude toward her predecessor and her view of her own place in the line of great Russian rulers. Catherine, who, having gained her position through a palace coup, had no legal claim to the throne, was anxious to appear as Peter»s rightful heir.

Only in 1800, during the reign of emperor Paul I, was the Monument to Peter I finally erected. It was placed on a pedestal faced with green, red and white-shaded Finnish marble that is decorated with bas-reliefs depicting scenes of two Russian victories over Sweden during the Great Northern War, the Battle of Poltava and the Battle of Hangö, and also an allegorical composition with trophies. The Russian victories at Poltava and near Hangö, Finland helped Russia become the dominant power in the north of the continent. Peter the Great led his troops to both victories.

By order of emperor Paul I, the inscription «To Great Grandfather from Great Grandson» (Прадеду - правнук) was made on the pedestal, a subtle but obvious mockery of the Latin «Petro Primo Catherina Secunda», the pompous dedication by Catherine the Great on the Bronze Horseman.

During the World War II, the equestrian statue of Peter I was removed from its pedestal and sheltered from the 900-day German siege of the city. In 1945, the statue was restored and returned to its pedestal.

**8. (9) Mikhaylovskiy Castle (Engineer»s Castle)**

**(The Branch of The State Russian Museum)**

Arch. V. Bazhenov, V. Brenna (1797-1808)

MIKHAILOVSKY CASTLE (ENGINEERS» CASTLE)

This building was designed by the Russian architect Vasily Bazhenov and was used as the personal residence of Czar Paul I. The original layout reflected his great fear of being assassinated (see thumbnail sketch on page 8). In Paul»s day, water surrounded the building on all four sides. Drawbridges offered access during the day, but they were raised at night to prevent entrance by would-be murderers. Twenty bronze cannon looked out onto the city from within the palace grounds to defend the czar.

Alas! His paranoia proved to be well-founded, but his preventive steps failed to measure up to the task. After living here only forty days, Paul was strangled as part of a court intrigue involving his son, the future Alexander I.

Paul»s murder occurred in March 1801. The castle remained vacant after his death for nearly twenty years. In 1819, a school for military engineers opened here. Reportedly, young cadets occasionally saw the ghost of Paul prowling the corridors of the castle.

The cadets numbered among their ranks the young Feodor Dostoevsky. The future writer studied literature, history, drawing, and architecture here. Long into the night, he would remain awake reading in his second floor room, which looked out onto the Fontanka River. A year after his graduation in 1844, Dostoevsky left the engineers to concentrate on writing.

Before you move on, you may wish to walk around to the southern facade of the castle to see the first monument erected in the city to the memory of Peter the Great. Paul I ordered its construction. Sculpted by Carlo Rastrelli, the father of the architect who designed the Winter Palace, it bears the following inscription: «To Grandfather — from Grandson.»

**10. The Cathedral of Christ»s Resurrection**

**(The Church on Spilled Blood)**

Arch. A. Parland (1883-1907), Naberezhnaya kanala Griboedova, 2a.

**The church of the savior on spilt blood**

If you look to the south and west from the Field of Mars, you can see the distinctive cupolas of the Church of the Savior on Spilt Blood, your last stop of the day. From the southern end of the Field of Mars, cross the street, turn right, and follow the embankment of the Moika River. Walk until you reach a signal crossing. Turn left, cross the bridge which spans the Moika and continue along until you come upon the church.

On this spot, on March 1, 1881, a terrorist bomb mortally wounded Czar Alexander II. As a memorial to him, the royal family paid for the church»s construction. Built between 1883-1907, it stylistically borrows from Russian church architecture of the 16th and 17th centuries. In particular, it resembles St. Basil»s Cathedral, located on Red Square in Moscow. In the future, this church will house a museum of Russian mosaics.

This ends the second section of your tour of some of the best-known sites in St. Petersburg. Again, we»re delighted you took the opportunity to take a closer look at our city and we hope that your schedule will allow you to enjoy still more of what it has to offer.

To return to Nevsky Avenue, simply walk north following the Griboyedov Canal, which passes alongside the facade of the church. You will soon emerge onto the location where the first tour began — next to the House of Books.

**11. The Evangelical Lutheran Church of St. Pet**

**(Tserkov Svyatogo Petra)**

Arch. A. Bryullov (1833-1831 Nevskiy prospekt, 22-24

**12.** **The Cathedral of the Icon of Our Lady of Kazan**

**(Kazanskiy Sobor)**

Arch. A.Voronikhin {1801-1811), Kazanskaya ploshchad, 2

Kazan Cathedral, built between 1801-11, having 96 Corinthian columns arranged in four rows that form an extended arc facing Nevsky Prospekt. Andrei Voronikhin»s design was inspired by Bernini»s colonnade for St. Peter»s in Rome. From 1811-1858, the Kazan Cathedral was the main cathedral of the city. After 1932, when the cathedral was closed, the building housed the Museum of the History of Religion and Atheism. In 1991 services were resumed and it is again fully functional as an Orthodox church.

**The excursion termination № 3 m. Nevskiy prospekt**

**POPULAR MUSEUMS**

HERMITAGE. Dvortsovaya Naberezhnaya 34. Open daily except Monday.

RUSSIAN MUSEUM. Inzhenemaya Ulitsa 4. Open daily except Tuesday.

MUSEUM OF THE POLITICAL HISTORY OF RUSSIA. Ulitsa Kuibysheva 4. Open daily except Thursday.

MUSEUM OF ST. PETERSBURG HISTORY. Petropavlovskaya Krepost 3.

Open daily except Wednesday.

MUSEUM OF THE HISTORY OF RELIGION. Kazanskaya Ploshchad 2.

Open daily except Wednesday.

RUSSIAN ETHNOGRAPHICAL MUSEUM. Inzhenemaya Ulitsa 4/1. Open

daily except Monday.

HISTORY MUSEUM OF ARTILLERY, ENGINEERS, AND SIGNALS.

Across from Peter and Paul Fortress. Open daily except Monday.

CENTRAL NAVAL MUSEUM. Birzhevaya Ploshchad 4. Open daily except

Monday and Tuesday.

ST. ISAAC»S CATHEDRAL. Isaakiyevskaya Ploshchad. Open daily except

Wednesday.

SUMMER PALACE OF PETER THE GREAT, Letny Sad (Summer Garden).

Open daily except Tuesday.

BOTANICAL MUSEUM AND GARDEN. Ulitsa Piofessora Popova 2. Open

Monday through Friday except Wednesday.

ZOOLOGICAL MUSEUM. Universitetskaya Naberezhnaya 1 Open daily except Friday.

CENTRAL EXHIBITION HALL, Isaakiyevskaya Ploshchad 1. Open daily

except Thursday.

**THE RELIGIOUS COMMUNITY**

ST. TRINITY CATHEDRAL. Ploshchad Aleksandra Nevskogo 1, Alexander

Nevsky Monastery. I. Starov, 1776-90.

ST. NICHOLAS» CATHEDRAL. Nicolskaya Ploshchad 6. S. Chevakinsky,

1753-62.

CHURCH OF OUR LADY OF VLADIMIR. Vladimirsky Prospekt 20.

A. Menshikov, G. Quarenghi, 1780-83, L. Rusca, 1848. P

RINCE VLADIMIR»S CATHEDRAL. At the comer of Ulitsa Blokhina and

Prospekt Dobrolyubova. A. Rinaldi, 1766-72, I. Starov, 1783-89. S

T. TRINITY CATHEDRAL. At the corner of Izmailovsky Prospekt and

Prospekt Moskvinoi V. Stasov, 1828-35.

CATHEDRAL OF OUR SAVIOR»S TRANSFIGURATION. Preobrazhenskaya

Ploshchad 1. V. Stasov, 1827-29.

ST. CATHERINE»S ARMENIAN CHURCH. Nevsky Prospekl 40-42.

Y.Felten, 1771-80.

ROMAN CATHOLIC CHURCH OF OUR LADY OF LURDE. Kovensky

Pereulok 7. L. Benoit, M. Peretyatkovich, 1908-09.

ST. CATHERINE»S LUTHERAN GERMAN CHURCH. Vasilyevsky Ostrov,

Bolshoi Prospekt 1. Y. Felten, 1768.

MOSLEM MOSQUE. Prospekt Gorkogo 7. N. Vasilyev, A. von Gogen,

S. Krichinsky, 1910-14.

BUDDHIST TEMPLE. Primorsky Prospect 91. G. Baranovsky, 1909-15.

JEWISH SYNAGOGUE. Lermontovsky Prospekt 2. I. Shaposhnikov,

1891-93.

BAPTIST CHURCH. Borovaya Ulitsa 50. N. Nikonov, 1889-97.

**A FEW FINAL SUGGESTIONS...**

Despite our best efforts, some notable points of interest in St. Petersburg lie outside the route of your walking tour. If time permits, we urge you to inquire at your hotel or with your tour escorts about how to visit these places.

The cruiser Aurora, moored in the Neva River opposite the St. Petersburg Hotel, fired the shot which signalled the launching of the Revolution in 1917.

The Smolny complex of buildings, featuring an outstanding cathedral, was originally designed as a convent, but was used for decades as a school for the daughters of the nobility. A building located nearby served as the famous headquarters for the Bolsheviks during the Revolution in 1917.

Located one-half hour»s drive to the west of the city, Peterhof was built by direction of Peter the Great to commemorate Russia»s victories in the Northern War. Over one hundred and forty fountains and cascades adorn the spacious grounds, which are dominated by a lavish palace. Allow a full day.

Tsarskoye Selo, also known as Pushkin, lies about one-half hour south of the city and once provided a nearby retreat for the royal family. A single structure, the splendid Catherine Palace, dominates the complex of parks and build-sags. The Lyceum, nearby the palace, contains a museum devoted to Alexander Pushkin, the famous poet who once studied here.

Finally, several cemeteries deserve consideration. On the grounds of the Alexander Nevsky Monastery, in the Tikhvinskoye and Lazarevskoye cemeteries, are buried many eminent Russians, including the writer Dostoevsky and the composer Tchaikovsky. To the northeast of the city»s center, the Piskarovskoye Memorial Cemetery stands as a moving, solemn tribute to more than one-half million victims of the seige of the city during World War II.

**3.5 Туриндустрия Санкт-Петербурга в период кризиса**

С наступлением кризиса в 2008 году в турфирмах стали отмечать резкое сокращение заявок от иностранцев на культурные туры в Россию. При этом кризис в компаниях, специализирующихся на организации таких туров, начался еще раньше — три года назад.

После почти десятилетнего роста, уже в 2006 году было зафиксировано 16-процентное сокращение посещений иностранными туристами нашей страны. С тех пор, как отмечают участники рынка, этот показатель постепенно сокращается. Туризм в России дорогой, визовый режим связан со многими проволочками, а организовать тур для иностранца гораздо сложнее, чем в любой другой европейской стране.

Туристический рынок Петербурга замер в ожидании «высокого сезона». Специалисты не спешат с прогнозами на предстоящее лето – все карты может спутать кризис. Не потерять гостей должна помочь ценовая гибкость турфирм и учреждений культуры. Если получится, то серьезных убытков от падения туристического потока удастся избежать.

В 2009 году планы турбизнеса и властей корректирует финансовый кризис, поэтому бизнесмены и чиновники не спешат с прогнозами и лишь выражают осторожный оптимизм. «Я считаю, что туризм, в отличие от других отраслей, находится в более выигрышном положении», – считает начальник управления по туризму Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Марианна Орджоникидзе. По ее мнению, поток «круизных» туристов в этом году не иссякнет, а гибкая ценовая политика городских учреждений культуры будет способствовать притоку новых посетителей.

Более осторожен в своих предположениях вице-президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Сергей Корнеев. По его словам, «главный вопрос – когда наступит стабильность, и что туристы смогут себе позволить?» Ответ на него уже известен – в этом году гости города будут более прижимистыми. Поэтому Корнеев прогнозирует два варианта развития событий на рынке туристических услуг Петербурга.

«Можно либо сохранить цены в рублях на уровне прошлогодних, тем самым уменьшить окупаемость, но сохранить клиентов – или поднять цены и уменьшить количество туристов», – говорит вице-президент РСТ. Корнеев считает, что сохранение оптимальных цен скорее будет благоприятствовать развитию туризма. Хороший пример подают иностранные круизные компании, которые любыми средствами стараются сократить расходы своих клиентов: снижают стоимость туров и корректируют топливные сборы так, что сэкономленные деньги турист сможет потратить на борту судна. По данным участников рынка, в предстоящую навигацию в Петербург планируется совершить 326 заходов иностранных круизных лайнеров. По словам исполнительного директора компании «Арктур Трэвел» Елены Мальченок, лишь один круизный оператор, который планировал 11 заходов в год, отказался от посещения города на Неве. Благодаря безвизовому въезду на 72 часа, регион стал привлекательным для круизного туризма, но иностранцы рассчитывают, что театры и музеи Петербурга не будут пугать их неприлично высокими ценами. И эти ожидания могут оправдаться. Туриндустрия Петербурга будет изо всех сил стараться привлечь в город новых гостей, специально для «кризисного сезона» разработаны минимальные по стоимости пакетные предложения, например, «Выходные в Петербурге». За счет подобных эконом-туров операторы рассчитывают привлечь туристов из соседних стран. Если гости из Финляндии в Петербурге не редкость, то жители других Скандинавских стран посещают город на Неве не так охотно. Теперь же, по мнению представителей турбизнеса, за счет падения цен на авиабилеты и возможного снижения стоимости услуг, северная столица станет более привлекательна.

Может произойти локализация рынка – многие туристы будут выбирать близкие страны, для нас это Скандинавия, Страны Балтии и Германия и Санкт-Петербург может получить эти рынки. На этом фоне в декабре 2008 года Комиссия СЗРО РСТ направила в адрес музеев и гостиниц Санкт-Петербурга Открытые письма с призывом не повышать, а по возможности снизить цены. Мотивацией к написанию этих писем послужила ситуация, складывающаяся на мировом рынке. В Европе цены снизились на 20–25%, и Санкт-Петербургу необходимо заявить о своей готовности соответствовать европейскому уровню.

Сохранение уровня цен может стать эффективным рекламным ходом в преддверии сезона!

А для этого все участники рынка должны скоординировать свои цены: гостиницы, музеи, транспортные компании, рестораны и т.д. «Все мы плывем в одной лодке, и надо грести в одном направлении, иначе мы рискуем остаться без туристов», – сказал Сергей Корнеев. Среди других рисков он назвал повышения цен в рублях, вслед за долларом и евро и как следствие этого – демпинг, который может произойти у всех из-за отсутствия клиентов. Если произойдет повышение рублевых цен, то и российских туристов, которые отчасти могут заменить иностранных, станет меньше.

Комиссия по въездному туризму СЗРО РСТ рассмотрела вопросы взаимодействия турфирм с гостиницами и музеями Санкт-Петербурга в сезоне 2009. Что касается отелей, то почти все откликнулись на открытое письмо СЗРО РСТ и пересмотрели свои цены, а вот с музеями ситуация не простая. С руководством некоторых музеев СЗРО РСТ продолжает вести переговоры. Так, ближайшее совещание по возможным корректировкам условий сотрудничества Государственного Эрмитажа с турфирмами города М.Б. Пиотровский и С.Е. Корнеев договорились провести в апреле 2009 года. Присутствовавшие на Комиссии представители Государственного музея-памятника «Исаакиевский Собор» и Государственного музея истории Санкт-Петербурга (Петропавловская крепость) заявили о сохранении цены на уровне прошлого года, пока, правда, без понижения. Бурную реакцию всех участников заседания вызвало выступление представителя ГМЗ «Петергоф» Елены Михалевой, которая объявила о планируемом повышении музеем цены в привязке к евро с мая 2009 года. И это несмотря на четко представленную позицию города в рамках программы развития Санкт-Петербурга, как туристского центра: цены должны быть зафиксированы в рублях и установлены на конкурентном уровне, при этом, музеи должны избавляться от нецивилизованного атавизма – разницы цен для российских и зарубежных туристов. Город также будет жестко подходить к тем, кто будет привязывать цены к евро или их повышать. Итогом заседания явилось решение членов Комиссии по въездному туризму продолжить переговоры с музеями по ценовой политике, подготовить ряд писем на эту тему в железнодорожные и авиационные компании, просить организовать соответствующим образом парковку для туристских автобусов в Адмиралтейском проезде на Исаакиевской площади. Турфиры подтвердили мораторий на любое повышение цен.

Направление бизнес-туризма сейчас также затронуто кризисом, но в меньшей степени, чем культурный туризм. С деловой целью в Россию едут из стран, относящихся к основным мировым инвесторам, а также из развивающихся стран, к примеру, Индии и Китая. Но точно оценить объемы делового туризма сложно, поскольку из-за еще больших проблем с получением бизнес-визы многие деловые партнеры России предпочитают оформлять туристические визы. Не исключено, что, в конечном счете наступивший кризис сможет простимулировать въездные потоки иностранных туристов с учетом возможного снижения цен и растущей курсовой разницы.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В работе представлены следующие основные результаты.

1. Анализ **текущего положения рынка въездного туризма в Российской Федерации показал, что в**о второй половине 2008 года Российскую Федерацию с туристскими целями посетило более 5 млн. человек, в том числе - более 4 млн. по гостевым визам (частным порядком).

Безусловным лидером по въездному потоку в частном порядке является Украина (2, 7 млн. чел,) за ней следует – Азербайджан, Китай, затем Германия, Финляндия, Англия, США (всего англоязычных туристов - более 280 000 чел.).

Лидером въезда по туристским путевкам является Германия, за ней следуют США, Финляндия, Англия, Италия, Китай.

2. Объём въездных потоков иностранных туристов по Санкт-Петербургу за 2008 год составил в среднем 2,18 миллионов человек. Основная доля туристов, посещающих Санкт-Петербург, прибывает из Финляндии (порядка 25-30%), а также Германии и США (10-15%).

3. Основную массу неорганизованных индивидуальных туристов представляют собой пенсионеры и студенты из Европы, люди со средним и ниже среднего уровня достатка.

4. Сформулированы проблемы, сдерживающие поток неорганизованных индивидуальных туристов:

- высокая цена на гостиничные услуги и в сегменте частного рынка жилья, а также недостаток качественных и недорогих мест пребывания

- Информационный пробел о туристской инфраструктуре Санкт-Петербурга в «ГТИЦ» (предприятиях общественного питания, туалетах, маршрутах общественного транспорта)

5. Предложены организационные управленческие решения проблем организации въездного неорганизованного туризма в Санкт-Петербург.

6. Разработана экскурсионная англоязычная программа для неорганизованных иностранных туристов, с помощью которой туристы могут не только ознакомиться с достопримечательностями города, но и ориентироваться в нём самостоятельно.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

Законодательные нормативные акты

1. Федеральный закон «О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации», утвержденный Государственной думой РФ феврале 2007 г.

2. Федеральный Закон № 114 от 15 августа 1996 года « О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (в ред. Федеральных законов от 18.07.98 N 110-ФЗ, от 24.06.99 N 118-ФЗ)

3. Положение ««О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности», введенное Постановлением Правительства РФ № 95 от 11 февраля 2002 года

4. Распоряжение Правительства РФ «О концепции развития туризма в РФ на период до 2005г» № 954-р от 11.07.2002

Государственные стандарты, и нормы и правила РФ:

5. ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

6. ГОСТ 1.0-92 Государственная система стандартизации Российской Федерации. Основные положения

7. ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения

8. ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ. Пожарная безопасность. Общие требования

9. ГОСТ 12.1.005-88 ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны

10. ГОСТ 12.1.036-81 ССБТ. Шум. Допустимые уровни в жилых помещениях и общественных зданиях

11. ГОСТ 25478-91 Техническое состояние автотранспортных средств

12. Руководство ИСО/МЭК 2 Общие термины и определения в области стандартизации и смежных видов деятельности

13. Руководство ИСО/МЭК 51 Общие требования к изложению вопросов безопасности при подготовке стандартов

14. СНиП 2.08.02-89 Общественные здания и сооружения

15. СанПиН 42-123-5774-91 Санитарные нормы и правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое

16. Требования по обеспечению безопасности движение на автобусных маршрутах. Постановление Совета Министров РСФСР № 31 от 17.11.74

17. Правила пожарной безопасности туристских баз и кемпингов

18. Медицинские показания и противопоказания для направления в туристские базы. Приказ Минздрава СССР от 5 ноября 1985 г. № 1418

Учебные пособия, труды отечественных авторов

19. Богинская Е.В., Можаева Н.Г., учебник Туризм, М.: Гардарики 2007 г.

20. Сенин В.С. Организация международного туризма М., «Финансы и статистика», 2007 г.

21. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства. –М.: РДЛ, 2006

22. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма, М.: ИКЦ «Март», 2006 г.

23. Борисов С.С. Введение в туризм, М., 2006 г.

24. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. Учебное пособие., М-С-Пб., Герда, 2005 г.

25. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. М., Гардарики, 2005 г.

26. Сборник Госкомстата «Туризм в цифрах 2005г», М, 2006 г.

27. Бухтоярова И. С «Рынок туристских услуг – инструмент развития регионов» М., 2006 г.

28. Статистический бюллетень. — М.: Росстат РФ, 2008. — № 1.

29. Квартальнов В.А. Экономика туризма // М., «Финансы и статистика», 2004 г.

33. Сенин В. С. Введение в туризм. М., 2003 г.

34. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. М.: Финансы и статистика, 2003

35. Папирян Г.А. Экономика туризма М.:, Внешторгиздат, 2002 г.

36. Черных Н. Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. М. 2002

37. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М. Финансы и статистика, 2001.

38. Туризм в цифрах, 2006: Стат. сборник / ИИЦ «Статистика России»

**39. Программа развития Санкт-Петербурга как туристического центра**

**на 2005-2010 годы, разработанная городским правительством**

40. «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года» (Федеральное агентство по туризму РФ)

Интернет-ресурсы

41. Официальный портал правительства Санкт-Петербурга

http://www.gov.spb.ru/

42. Официальный портал Российского союза туристической индустрии

http://www.rata.spb.ru/default-page.asp

43. Официальный портал Федерального агентства по туризму в РФ

http://www.russiatourism.ru/

44. Официальный портал Росстата Санкт-Петербурга

http://petrostat.gks.ru/

45. Официальный портал Росстата Российской Федерации

http://petrostat.gks.ru/default.aspx

46. Официальный портал Ассоциации Делового Туризма России (RBTA)

http://www.rbta.ru/

47. Портал Агентства развития исследований в недвижимости (АРИН)

http://www.arin.spb.ru/

48. Официальный портал Центрального агентства недвижимости (ЦАН)

http://www.allestate.ru/analitika/

Средства массовой информации

Аналитические материалы газет:

49. Коммерсантъ

50. Деловой Петербург

51. Зеркало Петербурга

52. Петербургский Дневник

Таблица 2. Сравнительная таблица показателей въезда иностранных граждан в Российскую Федерацию в 2007г. и 2008г. по данным Росстата

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Цели  поездки | 2007 | 2008 | Изменение численности иностранных граждан, въехавших в РФ в 2008г. по сравнению с аналогичным  показателем 2007г. (+–%) |
|
| Австралия | всего | 38 246 | 37 574 | –2 |
| туризм | 26 184 | 26 087 | 0 |
| служебная | 7 607 | 7 458 | –2 |
| Австрия | всего | 67 208 | 68 370 | +2 |
| туризм | 29 835 | 24 789 | –17 |
| служебная | 26 064 | 30 882 | +18 |
| Великобритания | всего | 238 544 | 274 135 | +15 |
| туризм | 130 608 | 142 016 | +9 |
| служебная | 80 125 | 81 894 | +2 |
| Германия | всего | 613 892 | 636 347 | +4 |
| туризм | 345 708 | 332 822 | –4 |
| служебная | 161 548 | 192 731 | +19 |
| Египет | всего | 8 549 | 9 448 | +11 |
| туризм | 1 159 | 1 550 | +34 |
| служебная | 2 482 | 2 690 | +8 |
| Израиль | всего | 64 952 | 70 289 | +8 |
| туризм | 31 250 | 32 725 | +5 |
| служебная | 24 281 | 22 543 | –7 |
| Испания | всего | 96 624 | 126 646 | +31 |
| туризм | 79 497 | 105 655 | +33 |
| служебная | 8 694 | 10 862 | +25 |
| Италия | всего | 206 647 | 224 849 | +9 |
| туризм | 129 950 | 143 493 | +10 |
| служебная | 48 397 | 58 391 | +21 |
| Канада | всего | 46 560 | 62 004 | +33 |
| туризм | 26 660 | 44 238 | +66 |
| служебная | 13 786 | 12 500 | –9 |
| Китай | всего | 765 120 | 815 469 | +7 |
| туризм | 129 749 | 127 155 | –2 |
| служебная | 183 799 | 196 924 | +7 |
| Нидерланды | всего | 79 751 | 87 866 | +10 |
| туризм | 33 659 | 35 376 | +5 |
| служебная | 30 500 | 33 705 | +11 |
| Норвегия | всего | 47 084 | 56 878 | +21 |
| туризм | 26 136 | 34 270 | +31 |
| служебная | 11 497 | 11 937 | +4 |
| США | всего | 293 521 | 305 054 | +4 |
| туризм | 172 356 | 185 888 | +8 |
| служебная | 76 651 | 75 956 | –1 |
| Турция | всего | 237 116 | 239 095 | +1 |
| туризм | 49 479 | 54 593 | +10 |
| служебная | 110 259 | 111 907 | +1 |
| Финляндия | всего | 975 565 | 1 000 238 | +3 |
| туризм | 153 139 | 142 017 | –7 |
| служебная | 486 866 | 519 466 | +7 |
| Франция | всего | 201 441 | 201 205 | 0 |
| туризм | 112 762 | 103 223 | –8 |
| служебная | 56 674 | 62 037 | +9 |
| Швейцария | всего | 51 200 | 48 591 | –5 |
| туризм | 27 134 | 23 827 | –12 |
| служебная | 12 898 | 13 870 | +8 |
| Швеция | всего | 61 036 | 59 629 | –2 |
| туризм | 26 000 | 24 918 | –4 |
| служебная | 23 673 | 24 318 | +3 |
| Япония | всего | 83 621 | 86 237 | +3 |
| туризм | 45 083 | 44 435 | –1 |
| служебная | 26 311 | 28 238 | +7 |
| Всего по всем странам | всего | 22 908 625 | 23 676 140 | +3 |
| туризм | 2 213 597 | 2 295 074 | +4 |
| служебная | 3 270 312 | 4 112 477 | +26 |

**Въезд иностранных туристов в Россию в I полугодии 2008-2002 гг.**

(тыс. поездок)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Страна | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2003 | 2002 |
| 1 | Германия | 127,3 | 120,5 | 97,7 | 99,2 | 100,0 | 88,0 | 95,0 |
| 2 | США | 67,5 | 53,1 | 60,3 | 60,9 | 52,1 | 37,0 | 34,0 |
| 3 | Финляндия | 67,2 | 64,4 | 67,5 | 66,9 | 83,3 | 98,0 | 48,0 |
| 4 | Великобритания | 53,3 | 45,0 | 46,0 | 48,3 | 38,6 | 30,0 | 20,0 |
| 5 | Италия | 51,8 | 47,2 | 43,9 | 50,9 | 46,6 | 24,0 | 21,0 |
| 6 | Франция | 48,2 | 50,0 | 43,0 | 49,5 | 63,1 | 43,0 | 34,0 |
| 7 | Китай | 43,7 | 40,0 | 45,0 | 73,8 | 93,2 | 45,0 | 87,0 |
| 8 | Латвия | 26,8 | 26,7 | 22,0 | 37,1 | 16,2 | 15,0 | 19,0 |
| 9 | Испания | 26,1 | 18,2 | 16,7 | 16,5 | 15,5 | 10,0 | 8,0 |
| 10 | Литва | 23,3 | 26,2 | 15,7 | 18,8 | 11,9 | 10,0 | 34,0 |
| 11 | Эстония | 19,9 | 20,5 | 27,6 | 32,5 | 26,6 | 18,0 | 19,0 |
| 12 | Южная Корея | 19,0 | 18,5 | 16,7 | 15,6 | 15,9 | - | - |
| 13 | Польша | 15,8 | 22,6 | 207,5 | 76,8 | 110,7 | 357,0 | 325,0 |
| 14 | Канада | 15,0 | 9,0 | 10,6 | 5,2 | 5,2 | 3,0 | 3,0 |
| 15 | Япония | 14,1 | 14,5 | 20,4 | 15,0 | 17,1 | 10,0 | 11,0 |
| 16 | Нидерланды | 13,7 | 12,8 | 11,7 | 12,7 | 12,0 | 8,0 | 8,0 |
| 17 | Швеция | 12,9 | 13,2 | 10,4 | 18,9 | 13,1 | 9,0 | 8,0 |
| 18 | Израиль | 12,7 | 11,5 | 9,3 | 11,8 | 9,6 | 7,0 | 5,0 |
| 19 | Норвегия | 12,4 | 10,9 | 8,7 | 7,1 | 10,3 | 6,0 | 6,0 |
| 20 | Австрия | 11,2 | 11,4 | 9,7 | 10,1 | 12,8 | 7,0 | 6,0 |
|  | Всего въехало туристов  в 1 полугодии | 889,1 | 826,0 | 963,3 | 869,1 | 972,4 | 1024,0 | 1097,0 |

Таблица 3 - Количеством прибытий туристов в европейском списке

|  |  |
| --- | --- |
| Город | Количество прибытий,  млн.чел. в год |
| Лондон | 26,8 |
| Париж | 14,0 |
| Рим | 5,9 |
| Амстердам | 5,2 |
| Берлин | 5,0 |
| Мадрид | 4,8 |
| Барселона | 3,8 |
| Вена | 3,7 |
| Санкт-Петербург | 3,5 |
| Прага | 3,0 |
| Москва | 2,9 |
| Копенгаген | 1,9 |

Санкт-Петербург — второй по посещаемости иностранными туристами город России, и первый по посещаемости туристами-участниками познавательных туров. После грандиозного празднования 300-летнего юбилея Северная столица превратилась в столь же привлекательную туристическую дестинацию как Париж, Рим или Нью-Йорк. Согласно проведенным в ЕС исследованиям, ансамбли и памятники Петербурга «узнаются» европейцами чаще, чем достопримечательности Вены, Мадрида, Берлина, Мюнхена, Стокгольма или Флоренции.

В городе функционирует около 700 туристических компаний, имеется более 130 объектов размещения вместимостью почти 30 тысяч человек. Среднегодовая загрузка предприятий гостеприимства составляет 50,5 % (ниже чем в Москве, но на уровне крупнейших туристических центров Европы) и колеблется в зависимости от сезона от 25 % (зимние месяцы) до 100 % (сезон «белых ночей» и летние месяцы).

**Таблица 4. SWOT-анализ Санкт-Петербурга в конкуренции с другими городами**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ФАКТОР** | **ПРЕИМУЩЕСТВА** | **НЕДОСТАТКИ** |
| **Геополитическое положение** | - приграничное положение, контактная зона с Европейским Союзом  - приморское положение  - мощный транспортный узел, пересечение морских, речных, железнодорожных, автомобильных, авиационных и трубопроводных путей  - положение в створе приоритетного европейского транспортного коридора № 9 | - крайне северное, периферийное положение относительно важных центров России, Европы и мира  - неблагоприятный климат, плохие гидрогеологические условия |
| **Население** | - высокий профессиональный, образовательный и культурный уровень населения  - относительно низкая социальная конфликтность населения | - большая имущественная дифференциация  - существенная скрытая безработица |
| **Пространственная организация, градостроительное регулирование** | - наличие пригодных для застройки участков в историческом центре, в новых районах и в пригородах  - резервы планировочного каркаса города  - большие территориальные ресурсы в собственности городской Администрации  - наличие системы земельного кадастра и регистрации прав собственности | - физический износ и устаревшая инженерно-транспортная инфраструктура исторического центра города  - высокий удельный вес промышленной застройки в центре и в городе в целом  - некомплексность новых жилых районов  - неадекватность дорожно-транспортной сети грузовым и пассажирским потокам (отсутствие транспортных магистралей непрерывного движения, кольцевой дороги, тупиковый характер пассажирских железнодорожных вокзалов, нехватка мостов)  - сложность процедур оформления разрешения на строительство |
| **Природная среда** | - наличие пригородных рекреационных зон | - недостаток мощностей по переработке твердых бытовых и промышленных отходов, канализационных стоков и очистки водопроводной воды |
| **Жилищная сфера** | - разнообразие типов жилья  - сложившаяся система риэлтерских компаний, активный рынок жилья  - продвинутая система регистрации сделок в жилищной сфере  - опыт использования муниципальных жилищных сертификатов | - большое число горожан, остро нуждающихся в улучшении жилищных условий  - высокая доля жилья низкого стандарта  - большая доля ветхого и аварийного жилья  - неразвитость системы жилищного кредитования  - техническая отсталость строительства и промышленности стройматериалов |
| **Инженерная инфраструктура, транспорт и связь** | - относительно развитая система связи и телекоммуникаций  - разнообразие видов общественного транспорта | - плохое состояние дорожного покрытия  - нехватка подвижного состава общественного транспорта, перегрузка метрополитена  - ресурсоемкие и морально устаревшие технологии предоставления городских услуг, высокие потери в сетях  - высокий износ городских инженерных коммуникаций |
| **Социальная сфера** | - развитая система подготовки кадров, хороший уровень среднего и высшего образования  - развитые культурно-досуговые потребности и наличие возможностей их удовлетворения | - слабая материальная база здравоохранения, детских дошкольных и школьных учреждений  - неэффективная организация социального обеспечения  - низкий уровень общественной безопасности  - "утечка мозгов" |
| **Экономический потенциал** | - многоотраслевая структура экономики  - сравнительно высокая диверсификация предприятий ВПК  - емкий потребительский рынок  - преобладание частной и смешанной собственности над государственной  - развитая система внешнего транспорта  - относительно развитая правовая хозяйственная среда европейского типа  - наличие кредитного рейтинга, жесткий, реалистичный бюджет  - конкурентные позиции в некоторых отраслях  - высокий туристский потенциал (архитектурные ансамбли, культурные события, всемирно известные музеи и театры)  - международная известность города | - относительно высокий удельный вес завоза промежуточных товаров (комплектующих) из других регионов и невысокая степень вертикальной интеграции машиностроения  - неразвитая сфера инфраструктуры бизнеса  - неразвитость малого бизнеса  - отсталая отраслевая структура экономики, гипертрофированный ВПК  - медленная реструктуризация предприятий промышленности  - слабый менеджмент  - недостаток новых высокооплачиваемых рабочих мест  - относительно высокие риски для предпринимателей |

**Таблица 2. Тенденции, создающие благоприятные возможности или потенциальные опасности для развития города**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **СФЕРА** | БЛАГОПРИЯТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ | ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ОПАСНОСТИ |
| **Общая политика России, отношения с центром** | - улучшение правовой и институциональной среды в России, благоприятные условия для внешних и внутренних инвестиций  - политическая стабильность | - переориентация на закрытую модель экономики, ограничение импорта  - формирование в России модели рынка со слиянием государственных и крупных корпоративных интересов, монополизация |
| **Демографические и социальные процессы** | - увеличение мобильности населения  - рост образовательного уровня населения  - временное увеличение доли населения в трудоспособном возрасте | - усиление социальной конфликтности  - депопуляция |
| **Экономика** | - начало экономического роста в России  - рост внешнеторгового оборота России  - развитие и улучшение нормативно-правовой базы  - привлечение кредитов Мирового Банка и ЕБРР под общественные проекты  - смягчение визовых и таможенных барьеров (ратификация Соглашения о сотрудничестве и партнерстве с ЕС, присоединение к ВТО)  - сокращение доли государственной собственности и числа предприятий с государственным участием | - конкуренция со стороны других отечественных (Москва, Ленинградская область, Северо-Запад) и зарубежных экономических центров, развитие конкурирующих портовых центров на Балтике  - падение спроса на продукцию и услуги профильных отраслей Санкт-Петербурга вследствие глобальных изменений спроса или технологической отсталости отечественных производителей  - ужесточение таможенной политики  - усиление экономической преступности  - рост теневой экономики |
| **Региональные и интернациональные контакты** | - экономическое сотрудничество с Ленинградской областью и крупными компаниями в масштабных инвестиционных проектах  - развитие сотрудничества со странами региона Балтийского моря и областями Северо-Запада и Севера России | - политические конфликты с Ленинградской областью (между администрациями)  - конкуренция со стороны других регионов  - объединение Финляндии и стран Балтии в борьбе за российский транзит |
| **Туризм и коммуникации** | - увеличение спроса на туристские услуги  - строительство транспортного коридора №9  - реализация проекта "Балтийский мост"  - реализация европейской логистической программы ТЕДИМ  - развитие паромных переправ  - распространение сети Интернет | - ужесточение конкуренции, в том числе недобросовестной, на мировом туристском и транспортном рынках |
| **Крупные общественные проекты** | - реконструкция центра города  - 300-летие Санкт-Петербурга | - нестабильное финансирование федеральных программ |

Общее количество иностранных граждан, въехавших на территорию России на участке Северо-Западного пограничного округа

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Цель поездки | | | |
| Служебная | Туризм | Частная | Итого |
| 2000 | 1 075 562 | 850 858 | 1 228 281 | 3 154 701 |
| 2001 | 1 037 066 | 656 762 | 1 010 020 | 2 703 848 |
| 2002 | 912 038 | 769 081 | 1 194 886 | 2 876 005 |
| 2003 | 933 775 | 929 244 | 1 249 613 | 3 112 632 |
| 2004 | 974 013 | 1 129 207 | 1 005 779 | 3 108 999 |
| 2005\* | 619 025 | 849 828 | 412 812 | 1 881 665 |

\**За 2005 год представлены данные по пунктам пропуска через границу Российской Федерации только в Санкт-Петербурге и Ленинградской области*

Данные по странам-поставщикам туристов,

наиболее активно посещающих Северо-Западный пограничный округ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Гражданство, подданство | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г.\* |
| 1. | Финляндия | 1 317 266 | 1 133 696 | 1 030 838 | 1 033 794 | 968 830 | 656 214 |
| 2. | Германия | 80 576 | 100 365 | 105 173 | 111 074 | 167 400 | 137 450 |
| 3. | США | 72 523 | 70 310 | 77 658 | 118 089 | 114 995 | 92 397 |
| 4. | Великобритания | 47 863 | 61 961 | 54 433 | н/д | 82 330 | 80 311 |

\**За 2005 год представлены данные по пунктам пропуска через границу Российской Федерации только в Санкт-Петербурге и Ленинградской области*

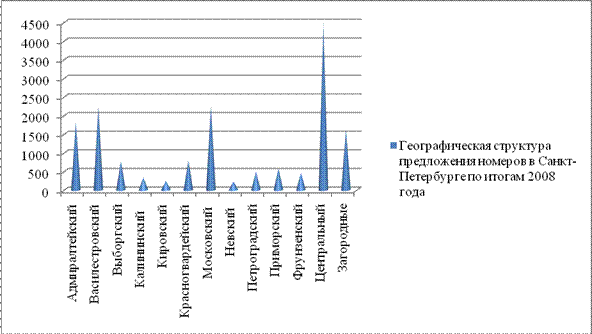
Таблица 4 - Средние расходы на наиболее востребованные туристские услуги

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Услуга | Средняя  сумма  по турпотоку | Иногородние  посетители | Иностранные  посетители |
| Проживание  в гостинице,  мотеле в день | 2530 | 1100 | 3130 |
| Междугородный/между-народный автобус | 1321 | 410 | 2750 |
| Проезд в метро  в день | 160 | 190 | 80 |
| Питание  в ресторанах,  кафе в день | 730 | 170 | 980 |
| Посещение  музеев, выставок | 1270 | 520 | 2220 |
| Приобретение  лекарств | 490 | 610 | 200 |
| Приобретение  сувениров | 2230 | 1070 | 3300 |

**Рынок гостиниц в 2008 году**

На конец 2008 года рынок гостиниц Санкт-Петербурга насчитывал 80 объектов с общим номерным фондом, равным 16 318 шт. При этом к наиболее качественному предложению, класса 3 звезды и выше, можно отнести 40 объектов с номерным фондом 10 955 шт.

Диаграмма свидетельствует о преобладании гостиниц уровня 3-4 звезды на рынке, однако на сегодняшний день именно в этом сегменте наблюдается дефицит, так как большинство действующих гостиниц предлагает нерациональное сочетание цены и качества - цена на комфортабельное размещение чрезвычайно завышена, при более низкой цене наблюдается резкое падение качества номеров и услуг. Подавляющее количество номерного фонда сосредоточено в Центральном районе, а также в Московском и Василеостровском. В последнем в 2008 году объем предложения вырос наиболее существенно за счет ввода в эксплуатацию трех отелей международных операторов - Courtyard, Sokos и Holiday Club. С их открытием номерной фонд гостиниц района пополнился на 773 номера (44% от общего объема ввода гостиниц в Санкт-Петербурге).



Уровень цен в гостиницах Санкт-Петербурга не постоянен и зависит от сезонности. Летом наблюдается пик цен, обеспечиваемый повышенным спросом. Цены по сравнению с низким сезоном увеличиваются на 20-40%. В 2008 году наблюдался рост цен в отелях всех сегментов. Наибольшим он стал в пятизвездочных гостиницах - порядка 15-20%. В гостиницах уровня 4 звезды рост составил 6-8%, 3 звезды - 4-5%. В среднем, цена за номер в гостинице уровня 4-5 звезд в 2008 году составила 9 800-18 500 руб./номер/сутки, уровня 3 звезды - 5 450 руб./номер/сутки. В 4 квартале происходит традиционное понижение цен относительно летнего «высокого» сезона. Однако можно отметить, что в 4 квартале 2008 года наблюдается более резкое относительно аналогичного периода 2007 года понижение цен в тех гостиницах, которые обладают меньшими конкурентными преимуществами. Основным фактором является местоположение.