

1. Визовая политика

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19

Петиция РОИ

Отмена виз для граждан развитых стран

«Принцип взаимности» лишает экономику колоссальных ресурсов.

- По данным Росстата, чистый туристический поток в Россию, за исключением граждан СНГ, а так же граждан Украины, посещающих Республику Крым, за 2019 год составил всего **9,2 миллионов** человек.
- Доля России, занимающей **11,8% суши**, на мировом рынке туризма объемом **9,25 триллионов долларов** составляет **чуть больше 0,5%**.
- Из развитых стран **не приезжают террористы**. Процедуру **профайлинга**, отвечающую задачам безопасности, **можно организовать и при отсутствии визового режима**, например, при автоматическом обмене данными с авиакомпаниями и гостиницами, а так же актуализацией стоп-листов и интеграцией баз Пограничной службы ФСБ России и международных правоохранительных организаций, включая Интерпол.
- После отмены виз с Южной Кореей в 2014 году поток туристов из этой страны увеличился со **107 тысяч** в 2013 году до **413 тысяч** в 2019 году.
- Согласно агентству Евростат, в 2017 году одни только граждане Европейского Союза потратили на туристические поездки **467 миллиардов Евро**, больше половины из которых потрачено в ближайшем зарубежье, к которому относится и Россия. Отмена виз только для европейцев и прочие меры, предлагаемые к реализации, способны дополнительно дать экономике **2-3% ВВП уже в первый год** после отмены.
- **Не требуется** проводить **никаких** дополнительных «сборов информации», «тестирований», «пилотных проектов» по безвизовому въезду. **Имеется опыт** Чемпионата Мира по футболу, имеется опыт Санкт-Петербурга. Это решение должно не быть «половинчатым» или «неполным». Безвизовый въезд для граждан развитых стран должен быть введен на 90 дней в течение каждого 180-дневного периода **без дополнительных условий**, тогда эта мера действительно будет работать.

Конкретный перечень стран

Для которых целесообразно отменить визы в одностороннем порядке.

Консервативная оценка роста туристического потока после снятия визовых ограничений.

	2019 год (Росстат, тыс. чел.)	2022 год (оценка, тыс. чел.)
Австралия	56	140
Австрия	59	148
Бельгия	39	98
Болгария	29	73
Венгрия	29	73
Германия	690	1725
Гонконг	23	58
Греция	31	78
Дания	21	53
Ирландия	15	38
Исландия	Нет данных	Нет данных
Испания	132	330
Италия	232	580
Канада	55	138
Латвия	300	750
Литва	230	575
Люксембург	Нет данных	Нет данных
Мальта	Нет данных	Нет данных
Нидерланды	69	173
Новая Зеландия	Нет данных	Нет данных
Норвегия	50	125

	2019 год (Росстат, тыс. чел.)	2022 год (оценка, тыс. чел.)
Польша	641	1603
Португалия	21	53
Румыния	23	58
Словакия	27	68
Словения	11	28
Соединенное Королевство (Великобритания)	177	443
США	290	725
Финляндия	896	2240
Франция	223	558
Чешская Республика	48	120
Швейцария	51	128
Швеция	39	98
Эстония	523	1308

Всего за три года въездной туристический поток из перечисленных стран **только при односторонней отмене виз** увеличится **не менее чем в 2,5 раза** с 5 до 12,5 миллионов человек.

Таким образом, по консервативной оценке, **только при односторонней отмене виз** экономика России в 2022 году получит дополнительно **1 триллион рублей**.

Механизмы реализации

Пошаговый план по исполнению

1

Поручение Министерству Иностранных Дел разработать и внести проект Постановления Правительства об отмене виз для граждан перечисленных стран

2

Подписание Постановления Правительства об отмене виз для граждан перечисленных стран

2. Гостиничный бизнес

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19

Петиция РОИ

Качество сервиса гостиничных услуг - ключ к развитию туристической отрасли

В условиях глубокого кризиса гостиничная индустрия должна получить ресурсы для V-образного выхода из кризиса и дальнейшего бурного развития.

- Ключ к развитию индустрии - **усиление конкуренции** и максимальное **дерегулирование** (путем в т.ч. «активации» регуляторной гильотины) отрасли.
- **Отмена виз для граждан развитых стран** создаст дополнительный и **резкий скачок платежеспособного спроса** со стороны не менее чем **7,5 миллионов туристов** к 2022 году.
- **Публичная** приватизация недвижимости, пригодной для создания, модернизации и расширения гостиничного фонда даст дополнительные средства для покрытия дефицита федерального и региональных бюджетов, создаст возможности для качественного развития отрасли.
- **В случае отсутствия спроса** на неликвидные активы должна быть предусмотрена возможность приватизации объектов вплоть до **безвозмездной передачи** в обмен на обязательства инвесторов по развитию этих объектов по т.н. **«итальянской модели»** (передача объекта в частную собственность за 1 евро при условии проведения ремонта и закрепления рабочих мест на создаваемом предприятии за местными работниками).
- **Налоговые каникулы на три года** для вновь открываемых предприятий гостиничного бизнеса со штатом менее 20 человек, индивидуальных предпринимателей, физических лиц, получающих доходы от краткосрочной сдачи жилых помещений в аренду. По окончании налоговых каникул, для ООО и ИП на **упрощенной системе** налогообложения, а так же для физических лиц, ставка налога должна составить **6%**. Для вновь открываемых предприятий гостиничного бизнеса на общей системе налогообложения после налоговых каникул ставка НДС должна составлять не более 10%.
- Предприятия гостиничного бизнеса и ИП, ведущие деятельность по краткосрочной аренде жилых помещений с оборотом **менее 1 миллиона рублей в год**, должны быть **освобождены** от всех налогов, кроме уплаты НДФЛ и страховых взносов.

Фокус на отдельных аспектах отрасли

Важно конкретное и целевое поощрение отдельных составляющих конкурентоспособности отрасли

- Услуги архитекторов, дизайнеров интерьеров, ландшафтных дизайнеров в организации качественного гостиничного пространства **должны поощряться государством** широким спектром инструментов - **налоговыми вычетами и льготами** участникам проектов в гостиничной индустрии, **информационной поддержкой** проектов государственными и региональными СМИ. Разработка конкретных рамок такой поддержки **должна быть** рекомендована региональным и муниципальным властям федеральным правительством.
- **Уровень владения иностранными языками** в России сегодня, к сожалению, **объективно низкий**. Государство имеет возможность **предоставить** сотрудникам отрасли, задействованным в общении с иностранными туристами, **бесплатные образовательные ресурсы** для снижения языкового барьера. Это возможно как с помощью привлечения сотрудников предприятий отрасли в бюджетные образовательные учреждения, так и путем предоставления **доступа к дистанционным образовательным услугам**. Это требует от государства **минимальных** ресурсов.
- Предприятиям гостиничного бизнеса **должны быть созданы условия** для утилизации биоразлагаемых отходов, а ответственное и экологичное производство должно стать стандартом в гостиничном бизнесе. У нас самая большая страна в мире, и гостиничная отрасль может и должна иметь имидж передовой в обращении с отходами. Операторы по утилизации отходов должны быть способны принимать у предприятий сферы гостеприимства на постоянной основе отсортированные отходы и утилизировать их не «на бумаге».

Фокус на отдельных аспектах отрасли

Важно конкретное и целевое поощрение отдельных составляющих конкурентоспособности отрасли

- **Прямое налогообложение туристов** как инструмент замещения налоговых льгот для предприятий гостиничного бизнеса - это **правильный путь**. **Туристический (или курортный) сбор**, тем не менее, **должен направляться в муниципальные и региональные бюджеты в пропорции 50/50** и расходоваться исключительно на цели, связанные с развитием привлекательности населенного пункта как туристического субъекта. Тем не менее, **размер сбора не должен превышать 7% от стоимости размещения** туриста, чтобы не стать отталкивающим фактором при выборе нашей страны как цели поездки для иностранных туристов.
- **Органы местного самоуправления должны получить полномочия направлять запросы** в прочие государственные органы **с целью облегчить преодоление бюрократических препятствий для предприятий**, расположенных в своих субъектах. **Мониторинг качества** предоставляемых предприятиями сектора **услуг** и **помощь в повышении качества сервиса** должны быть одними из фокусов ОМСУ. Отзывы постояльцев на ведущих сервисах, рейтинги предприятий в международных сервисах, которыми пользуются иностранные туристы, могут использоваться как инструменты такого мониторинга.

Эволюция системы «Путевок»

Как инструмент государственной поддержки малых предприятий гостиничного бизнеса

- **Следует признать**, что международные сервисы по бронированию ([booking.com](https://www.booking.com), AirBnB и пр.) играют **важную роль** в гостиничном бизнесе и вместо попытки искусственного ограничения их деятельности и навязывания рынку замещающих сервисов **необходимо начать переговоры о сотрудничестве**, в частности: снижение комиссии для бронирований отечественных отелей, гостиниц, хостелов, квартир в обмен на регуляторные послабления и обеспечение госзаказа их услуг (об этом ниже).
- **Необходимо заменить** систему предоставления путевок государственными органами и учреждениями в привилегированные гостиничные предприятия на систему **самостоятельного** формирования путевок в рамках обозначенного бюджета. Это кардинальным образом **простимулирует** гостиничные предприятия **повышать качество сервиса**, не надеясь на приток посетителей вне зависимости от качества предоставляемых услуг.
- **В обмен на организацию самостоятельного формирования путевок**, туроператоры, согласившиеся участвовать в предоставлении своих сервисов государственным органам и учреждениями для формирования путевок своим сотрудникам и льготным категориям граждан, **получат стабильный спрос на свои услуги**, а взамен должны предоставить конкурентные условия по формированию комиссии за свои услуги. **Туроператоры и сервисы**, желающие предоставлять такие услуги органам государственной власти, должны организовать такую возможность **своими силами**, а государство должно оплачивать фактически оказанные услуги по факту их выполнения.
- Формирование бюджета индивидуальных поездок и основания для предоставления таких бюджетов должны быть открытыми и прозрачными. Чиновники, сдающие ежегодную декларацию о доходах, должны отражать в ней предоставленные им индивидуальные поездки.
- Принимать получателей путевок должны иметь право в том числе малые предприятия гостиничного бизнеса, индивидуальные предприниматели и физические лица, чьи услуги по размещению удовлетворяют требованиям рыночных сервисов по бронированию.

3. Транспортная инфраструктура

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19

Петиция РОИ

Транспортная инфраструктура

Помимо текущих антикризисных мер по поддержке транспортного сектора, необходимо связать развитие транспортной инфраструктуры с конкретными задачами - в том числе и развитием туристической отрасли.

- Авиационный сектор - локомотив в развитии связности регионов в нашей стране. **Развитие аэропортовой инфраструктуры** в рамках Национальных проектов - безусловно необходимый, но **недостаточный** шаг. Инфраструктура должна найти своего потребителя, и **иностраные туристы обеспечат необходимый спрос** на эту инфраструктуру. Отмена виз для граждан развитых стран повлечет потребность в законодательном упрощении доступа авиакомпаний к региональным аэропортам - и это должно быть сделано. К сожалению, **введение режима «открытого неба» по всей стране встретит сильнейшее сопротивление** со стороны монопольных участников рынка, тем не менее, **есть компромиссное решение**, способное дать рынку взрывной рост после начала восстановления экономики после снятия карантинных ограничений.
- **Необходимо ввести режим «открытого неба» седьмой степени для всех региональных аэропортов с пассажиропотоком менее 5 миллионов пассажиров в год (а в последствии - для всех аэропортов страны).** Таким образом будет дан сильнейший толчок к развитию региональных перевозок и аэропортов, а у регионов появятся дополнительные возможности для привлечения иностранных туристов, иностранных инвестиций и формирования бюджетных доходов.
- Соответствие региональных аэропортов международным стандартам должно стать безусловным. **Присоединение России к Европейской Комиссии по Гражданской Авиации (ЕСАС) и согласованность законодательных норм с крупнейшим потенциальным заказчиком отечественных туристических услуг - Европейским Союзом** станет позитивным сигналом как для европейских перевозчиков, так и для потенциальных туристов.

Транспортная инфраструктура

Помимо текущих антикризисных мер по поддержке транспортного сектора, необходимо связать развитие транспортной инфраструктуры с конкретными задачами - в том числе и развитием туристической отрасли.

- Требуется формирование «экспортных туристических магистралей» для толчка автомобильного туризма из стран Европейского Союза и Китайской Народной Республики. Отмена виз для граждан Европейского Союза создаст дополнительный спрос на автомобильную инфраструктуру, обосновав затраты на нее. Таким образом, планы по строительству международного коридора Европа - Западный Китай и прочих планов Росавтодора, закрепленных в концепции развития скоростных дорог до 2035 года следует **форсировать, а ценообразование следует оптимизировать конкурентными процедурами по заказу строительства в том числе у ведущих мировых компаний, имеющих опыт экономически эффективного строительства таких трасс. Условия таких заказов можно обременить обязательствами на привлечение отечественных кадров для стимулирования рынка труда.**
- **Необходимо обеспечить транспортную доступность природных туристических объектов.** Федеральное Правительство должно дать поручение регионам обеспечить эту доступность. **Ситуация, когда попасть на уникальные природные объекты, являющиеся не только российским, но и мировым достоянием, крайне затруднительно - неприемлима** и должна наконец быть разрешена.
- **Российские национальные парки - уникальные для мира природные заповедники. Должна быть обеспечена не только их транспортная доступность, но и внутренняя логистика,** организовывающая посещение туристов. Лесные тропы, отдельный сбор мусора, лесные беседки - множество передовых элементов индустрии эко-туризма найдут применение в наших природных заказниках. Построение такой локальной инфраструктуры требует меньше затрат, чем капитальное строительство автомобильных трасс, но создает точки притяжения туристов как из России, так и из-за рубежа.

Инициатива - регионам

Но цель одна - согласованное развитие туристической отрасли.

- Транспортные проекты должны обладать мощностями не только для связи с федеральным центром, но и для связи с другими регионами. **Аэропорты, находящиеся в государственной собственности, должны быть приватизированы, а в случае, когда это не представляется возможным, должны быть переданы в управление частным компаниям на условиях конкурентного отбора.** Кейс простаивающего Костромского аэропорта с несколькими тысячами пассажиров в год - яркий пример неэффективного использования потенциала транспортной инфраструктуры регионом.
- **Необходимо запустить с 2021 года программу субсидирования транспортной доступности природных достопримечательностей.** В большинстве случаев возврат вложенных средств в бюджет путем поступления налогов от расходов привлеченных на эти объекты туристов в разы окупит понесенные бюджетом затраты. Формирование предложений по таким маршрутам и способам доставки туристов необходимо поручить регионам. Исходя из оценки потенциального роста туристического потока только из развитых стран к 2022 году на 7,5 миллионов человек в год, а так же дополнительному внутреннему спросу на транспортную доставку к природным достопримечательностям со стороны российских туристов, следует профинансировать программу субсидирования в размере не менее 15 миллиардов рублей в год из расчета в среднем 1500 рублей на одну поездку. Это позволит регионам совместно с перевозчиками развить как удаленное автобусное, автомобильное, железнодорожное сообщение, так и малую авиацию и вертолётную доставку. Субъекты СМП должны иметь приоритетное право на получение таких субсидий

Инициатива - регионам

Но цель одна - согласованное развитие туристической отрасли.

- **Российский речной транспорт - уникальная по потенциалу отрасль.** Речные круизы должны получить поддержку и как предприятия сферы гостеприимства, и как транспортные агенты. Возможности речного флота позволяют создать уникальные по продолжительности и впечатлениям продукты для иностранных туристов. Федеральному Правительству необходимо поручить регионам актуализировать потенциально эффективные маршруты и поручить привлечение дополнительных частных инвестиций в отрасль.
- **Железнодорожное сообщение между регионами в России потенциально очень привлекательно для иностранных туристов, так как его стоимость кратно ниже, чем на Западе.** Это не должно быть нивелировано качеством подвижных составов, а значит региональным операторам пассажирских перевозок и РЖД требуется сфокусироваться на чистоте вагонов, подготовленности кадров к общению с иностранными туристами, иметь доступную для понимания иностранцами навигацию, а **регионам по поручению Правительства необходимо согласовать с РЖД и региональными операторами решение перезревшей проблемы адаптации остановок поездов ближе к местам туристического притяжения.**
- **Развитие общественного транспорта в регионах должно избавить региональные центры от маршрутных такси в пользу автобусного, трамвайного сообщения, более безопасного для граждан и туристов.** Современные технологии мониторинга транспорта позволяют сделать маршруты общественного транспорта максимально эффективными, прогнозируемыми и экономически целесообразными. В региональных центрах должны быть предприняты дальнейшие, а где-то хотя бы первые, шаги по успокоиванию трафика с привлечением профессионалов урбанистической отрасли, в том числе, зарубежных.

4. Национальная идентичность

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19

Петиция РОИ

У России нет особого пути

Потому что он свой для каждой страны. Но у нас есть кое-что, чего больше нет нигде в мире.

- **Россия представляет собой особый туристический продукт.** Нигде в мире в пределах одной страны не найти такого уникального разнообразия народов, природы, светской и религиозной архитектуры, разнообразия кухни, культурного наследия. Нам нужно научиться продавать это миру, и спрос на Россию как на туристический продукт, в свою очередь, даст ресурсы для сохранения и развития этого уникального многообразия.
- **У нас есть хорошая база для старта. Но нужны целенаправленные меры по оформлению туристического продукта. Только так мы сможем реализовать огромный запрос на посещение и знакомство с Россией в мире. Необходимо ввести мораторий на снос жилых зданий ранее 1940 года постройки вне зависимости от наличия у него статуса объекта архитектурного наследия.** Признание таких зданий аварийными должно приниматься на муниципальном референдуме, а получение статуса аварийного жилья не может являться основанием для сноса - только для реконструкции за счет (в порядке приоритета) жильцов, бюджета, частных инвесторов. Реконструкция не должна повлечь за собой значительных изменений во внешнем виде здания, а применение не предусмотренных изначальным проектом материалов должно быть запрещено. Это жесткие, но необходимые меры для сохранения уникальной русской архитектуры и городских ансамблей, способных в конечном счете генерировать на порядки больше ресурсов, чем разовая точечная застройка, ставшая катастрофой для многих городов.
- **Каждый город должен иметь целостную политику по организации досуга российских и иностранных туристов. На практике это означает логистическую связность исторических центров городов, локальных достопримечательностей, музеев, парков, поддержание этих объектов в надлежащем состоянии, структурированность и доступность информации об этих объектах** не только для местных жителей, но и для посетителей населенного пункта. Создание **целостной туристической среды** в каждом населенном пункте должно стать обязанностью местных властей. Формирование **«Туристической Карты»** как инструмента отслеживания динамики развития туристического потенциала населенного пункта должно стать обязательным.

В России очень творческие люди

Важно дать им простор в формировании туристической идентичности населенных пунктов и регионов

- **Должны быть минимизированы барьеры по благоустройству придомовых территорий местными жителями и арендаторами.** Установка самодельных детских площадок, нанесение граффити и установка прочих элементов благоустройства в дворовых территориях многоквартирных домов должны поощряться. Демонтаж самодельных элементов благоустройства может быть произведен только при условии сбора подписей половины жильцов/собственников недвижимости.
- **Является целесообразным введение дизайн-кодов в крупных населенных пунктах.** Это является важным элементом современного подхода к формированию идентичности городов. В случае отсутствия ресурсов на закупку соответствующих дизайн-проектов можно объявить конкурсы на предоставление проектов городам на безвозмездной основе – граждане, которые любят свои города, найдут возможности поучаствовать в таких конкурсах.
- **Следует признать важность международных сервисов, которыми пользуются туристы, включая, например, TripAdvisor.** Региональные и муниципальные власти должны отслеживать отображение всех локальных туристических объектов на этих **сервисах** и оказывать консультации администрациям предприятий по повышению привлекательности своих объектов на тематических площадках. Если объект находится в ведении непосредственно регионального центра или муниципалитета, обязанность по наиболее полному и корректному отображению всех туристических объектов на профильных ресурсах должны быть возложена непосредственно на них.
- **Наружная реклама, не соответствующая требованиям дизайн-кодов населенных пунктов, должна быть демонтирована.** Визуальное загрязнение пространства не приносит ощутимого экономического эффекта и не подходит для формирования образа туристических субъектов.

Каждый город - это своя история

И отдельный продукт, который должен найти своего туриста.

- После отмены виз для граждан развитых стран города, имеющие доступ к аэропортовой инфраструктуре, в особенности при режиме «открытого неба», должны проводить рекламные кампании по привлечению туристов из иностранных городов, с которыми открывается прямое авиасообщение. Открытые конкурсные процедуры на оказание услуг по привлечению туристов позволят привлечь к экспорту туристических услуг лучшие маркетинговые организации отрасли. Любые вложенные в такие кампании средства вернутся в региональный бюджет в виде налоговых поступлений от расходов прибывших иностранных туристов. СМИ, держателем контрольных пакетов в которых является государство, вещающие зарубежом, должны будут выделять эфирное время и предоставлять собственные социальные медиа как площадку для размещения контента, рекламирующего отечественные туристические направления **безвозмездно**.
- Доля расходов региональных бюджетов на продвижение своих регионов как туристических направлений для иностранных туристов к 2022 году должна составлять не менее 1% от общих расходов. Такие инвестиции способны резко нарастить доходы регионов от привлечения иностранных туристов.
- Посольства России зарубежом, консульства и иные дипломатические организации, в первую очередь в развитых странах, **должны получать рекламные материалы**, переведенные и локализованные для стран, где располагаются эти дипломатические объекты. Дипломатам должны быть направлены рекомендации к достижению договоренностей в рамках «культурных обменов» и прочих профильных активностях по распространению этих рекламных материалов в местных СМИ. Приложение усилий по продвижению России как туристического направления всем дипломатическим корпусом способнократно усилить отдачу от принимаемых мер по развитию туристической отрасли.

5. Общественное питание

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19

Петиция РОИ

Наступил тяжелейший кризис в общественном питании

И принимается некоторое количество мер по поддержке отрасли. Но нужны перспективы - самое время их обозначить.

- Развитие ресторанов общественного питания, заведений высокой кухни, сетевых закусочных, кафе, без сомнения, имеет важнейшее значение для развития не только качества туристического продукта, но и в целом для России и ее граждан. После выхода из текущего кризиса критически важно сделать широкие шаги навстречу предприятиям.
- Для поддержки предприятий отрасли необходимо незамедлительно активировать механизм «регуляторной гильотины». Ее ключевые параметры уже согласованы, и сейчас не время для бюрократических препятствий к ее исполнению.
- Малые предприятия отрасли должны сохранять Упрощенный Режим Налогообложения наравне с предприятиями среднего бизнеса, в том числе по показателям выручки - до 2 миллиардов рублей в год вместо 150 миллионов, а так же по количеству сотрудников. Это критично для бизнеса, работающего с небольшой операционной рентабельностью, но большими оборотами и большим количеством сотрудников. Расширение параметров УСН повысит возможности для развития сетевых заведений и повысит инвестиционную привлекательность бизнеса в критический момент.
- Инвесторам, планирующим открывать предприятия общественного питания, должен быть доступен концессионный механизм приватизации нежилых помещений, пригодных для открытия таких предприятий. Условия концессии должны формулироваться открыто, а победитель должен избираться на конкурентной, конкурсной основе.

Общепит - основа выручки от туристического потока

Так весь мир сможет по достоинству оценить нашу кухню

- Меню должны дублироваться на английском языке, а персонал должен иметь базовые навыки по владению им. Необходимо предоставление сотрудникам отрасли возможности прохождения базовых курсов владения английским языком на безвозмездной основе, аналогично предложению в гостиничной сфере, на базе бюджетных образовательных учреждений или с использованием механизмов дистанционного обучения.
- Предприятиям общественного питания **должны быть созданы условия** для утилизации биоразлагаемых отходов, а ответственное и экологичное производство должно стать стандартом в бизнесе. Операторы по утилизации отходов должны быть способны принимать у предприятий сферы общественного питания на постоянной основе отсортированные отходы и утилизировать их не «на бумаге».
- Следует признать важность международных сервисов, которыми пользуются туристы, включая, например, TripAdvisor. Региональные и муниципальные власти должны отслеживать отображение всех локальных предприятий общественного питания на этих сервисах и оказывать им консультации по повышению привлекательности своих заведений на тематических площадках.

Экономический эффект от исполнения комплекса мер*

11% ВВП

Целевая доля вклада туристической отрасли в совокупный ВВП в течение ближайших пяти лет, аналогично среднемировому показателю.

9 000 000 000 000 руб.

В год получит экономика России дополнительно от реализации программы по развитию туристической отрасли

>11 000 000

Рабочих мест появится в результате взрывного роста туристического сектора в России.

* по оценке, основанной на анализе мирового туристического рынка