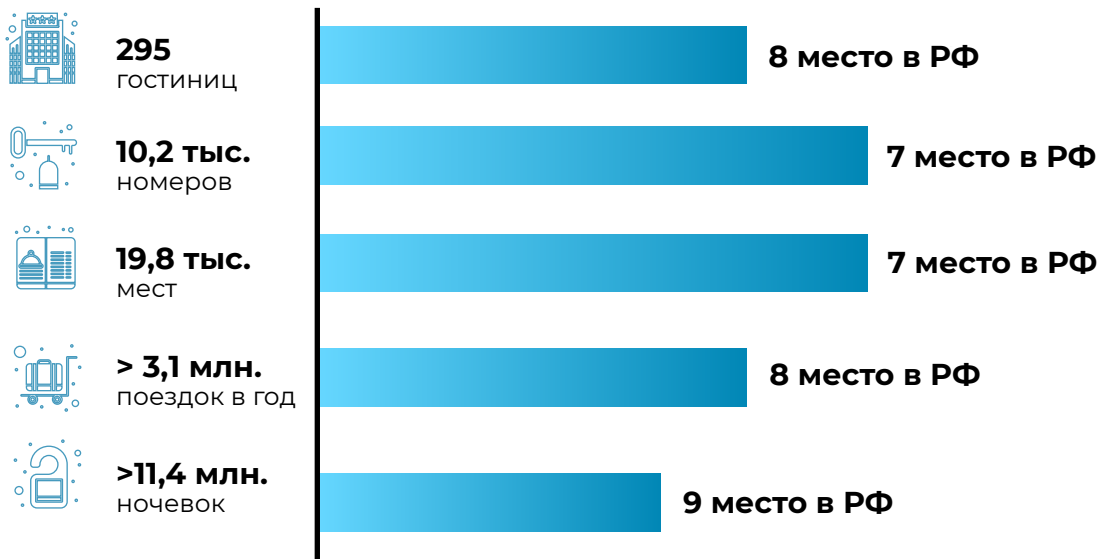


ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Свердловская область обычно не воспринимается как туристический регион, собственно, таковым и не является — доля индустрии гостеприимства в ВРП региона составляет около 1%. Однако если опираться на статистику, то мы практически по всем показателям этой отрасли входим в десятку лидеров среди субъектов Российской Федерации и потенциал региона действительно велик.



Так, по количеству гостиниц (**295 единиц**) мы занимаем **8 место**, приблизительно на одном уровне со Ставропольским краем, по номерному фонду (**около 10,2 тыс. номеров**) и количеству мест в гостиницах — **7 место (около 19,8 тыс.)**, сопоставимо с Ростовской областью. Если рассматривать турпоток, то по количеству поездок за год область занимает **8 место (более 3,1 млн)**, а по количеству ночевок — **9-е (более 11,4 млн)**. По обоим показателям мы очень близки к Татарстану.



Если смотреть по динамике, то, например, за 5 лет **количество гостиниц** в Свердловской области увеличилось почти **на 9%**, а **мест** в них — **на 13%**, число **организаций мест отдыха** увеличилось **на 4%**, мест в них — **на 2%**. Снизилось только количество **санаторно-курортных организаций и мест** в них **на 6% и 7%** соответственно.

Отметим, что по количеству турфирм область занимает **6 место**, по количеству отправленных ими туристов — **5-е**, а по суммарной стоимости турпакетов — **4-е** (после Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга). Смело можно сделать вывод о том, что основные сектора, в которых сконцентрированы региональный спрос и соответствующее ему региональное предложение услуг гостеприимства — это событийный, в т.ч. — деловой туризм с позиций приезжающих в область и туризм «выходного дня» для ее жителей. Проводить отпуска и поправлять здоровье сами жители Свердловской области предпочитают за ее пределами, что, впрочем, понятно, если учесть достаточно тяжелый климат и относительно высокую платежеспособность населения Среднего Урала.

Данное предположение подтверждается тем обстоятельством, что **почти половина гостиниц** и почти **2/3 мест в них находятся в Екатеринбурге**, не только административном, но и событийном центре не только Свердловской области, но и Урала в целом, одним из наиболее значимых в этом отношении городов в России.

Нужно отметить, что все эти тенденции были очевидны еще в прошлом десятилетии. Они нашли свое отражение в «Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года», принятой в 2019 году.

Что касается Екатеринбурга как одного из событийных центров России, то он на протяжении последних 9 лет занимает **2 место рейтинге событийного потенциала российских регионов**, сразу после Санкт-Петербурга (Москва, в силу своего статуса, традиционно вне конкурса). Ежегодно у нас проходит **более 500 конгрессно-выставочных и деловых мероприятий**.

Флагманом выступает Международная выставка-форум «ИННОПРОМ», главная промышленная выставка России. Первый «ИННОПРОМ» прошел в 2010 году, и со временем мероприятие стало ключевым ежегодным событием, запланированным в календаре глобальных промышленных лидеров.



47 тысяч человек

посетили 14-й «ИННОПРОМ» в этом году



50 000 м²

составила общая площадь выставки



900 компаний из России

представили свою продукцию



организаций из 60 стран мира

приняли участие в выставке

Вторым значимым событием в деловой жизни региона стал «Международный форум и выставка **«100+ TECHNOBUILD»**». В 2024 году в работе приняли участие **более 600 экспонентов** из 76 городов России, а также из Ирана, ОАЭ, Турции, Китая и Италии, **количество посетителей превысило более 34 тысяч человек**.

Остальные мероприятия уступают по масштабу вышеперечисленным, но вполне сопоставимы с локальными мероприятиями в других регионах. В качестве причины такой ситуации выступает сочетание трех факторов:

- наличие инфраструктуры под конгрессно-выставочную деятельность;
- наличие достаточного количества мест размещения любого уровня комфортности на выбор гостя;
- удобные транспортные коммуникации, главную роль в которых играет аэропорт «Кольцово», который неоднократно становился лучшим региональным аэропортом как по российским, так и по международным рейтингам.

Что касается инфраструктуры, то в области действуют **более 50 площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий**, главной из которых является международный выставочный центр «Екатеринбург-ЭКСПО», имеющий **в составе 4 выставочных павильона общей площадью 50 тысяч кв. метров** и современный Конгресс-центр с многофункциональным **залом на 5 000 мест**. Это крупнейший и наиболее современный конгрессно-выставочный комплекс за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

Если оценивать текущие масштабы делового туризма, то, по имеющимся данным, с этой целью область посещают **более 1 млн человек ежегодно**. По нашим оценкам в Свердловской области есть необходимая инфраструктура и под расширение этого потока.

Наиболее наглядно экономический эффект от конгрессно-выставочных мероприятий виден на примере «ИННОПРОМа». В 2024 году в Екатеринбурге для участников и гостей выставки было предоставлено **6,7 тысячи номеров** в гостиницах и отелях, также **1,3 тысячи номеров** в хостелах. **Доход уральских отельеров** составил около **440 миллионов рублей**. В заведениях общепита деловые туристы из числа гостей и участников выставки-форума потратили порядка **450 миллионов рублей**. За счет спроса со стороны гостей **на экскурсионные маршруты** удалось привлечь порядка **30 миллионов рублей**. По предварительным расчётам в рамках **сферы делового туризма и гостеприимства за время проведения «ИННОПРОМ» в регионе** осталось порядка **1 миллиарда рублей**.

По подсчетам, эффект от бюджетного финансирования девяти крупнейших мероприятий составил на один вложенный рубль от 6,7 до 7,5 дополнительно привлечённых рублей в экономику Свердловской области.

С учетом этого обстоятельства, область ведет планомерную работу по увеличению количества мероприятий федерального и международного уровня

Амбициозным проектом, направленным на привлечение туристического потока и внимания к региону, стал **UF LAB — Международная неделя моды в Екатеринбурге**. Это мероприятие в середине августа **посетили около 5 тыс. гостей**. Среди них — **более 130 представителей отечественной fashion-индустрии**. В **UF Lab участвовали 32 бренда из 33 регионов России**, а также марки **из Белоруссии, Узбекистана, Казахстана и ЮАР**. Главной предпосылкой для вывода мероприятия на федеральный и международный уровень является то, что Екатеринбург, по данным рейтинга **Fashion Consulting Group, занимает третье место в стране** по числу запусков новых брендов. Кроме того, на сегодняшний день в Свердловской области **более 1100 предприятий** малого и среднего бизнеса **занимается производством одежды**, также в Екатеринбурге расположен известный своими выпускниками-дизайнерами не только в России, но и за рубежом, Уральский государственный архитектурно-художественный университет.

Еще одним перспективным проектом является **«IT-конгресс и выставка «Форум Будущего»**, который пройдет в конце октября. Базой для успеха проекта также считается наличие развитой IT-индустрии на территории Свердловской области. По количеству предприятий отрасли, входящих в сотню крупнейших в России, **Свердловская область занимает третье место** после Москвы и Санкт-Петербурга, а **«СКБ-Контур» — единственная немосковская в десятке крупнейших IT-компаний**. Кроме того, выпускники Уральского федерального университета пользуются заслуженно высокой репутацией в этой сфере.

Из проблем делового туризма на текущий момент можно отметить разве что нехватку гостиничных номеров во время «ИННОПРОМа». Если ситуация будет развиваться, свердловский бизнес в содружестве с региональной и муниципальной властью найдет место и возможности для строительства дополнительной инфраструктуры для размещения гостей области.

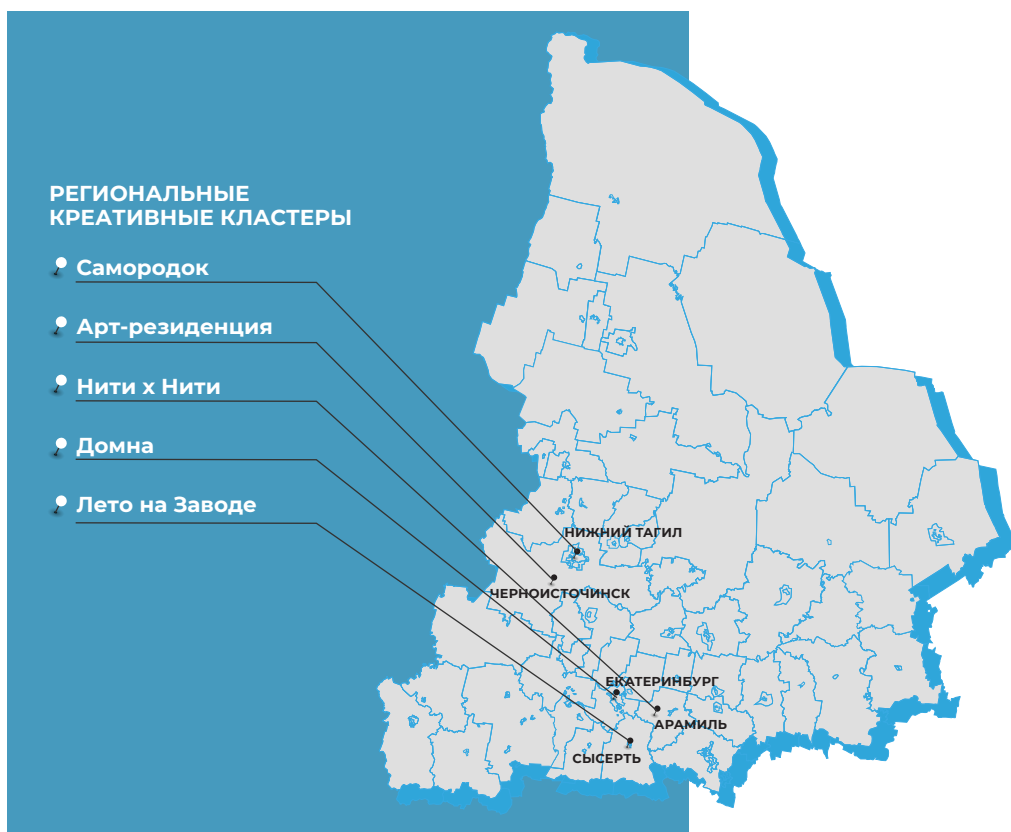
Второй приоритет — туризм «выходного дня» для жителей Свердловской области. По данным Департамента по развитию туризма и индустрии гостеприимства Свердловской области **за прошедший год** таких насчитывалось **более 2 млн. туристов и более 3.7 млн. экскурсантов**. Нужно отметить, что данный формат, кроме своего прямого назначения, еще хорошо вписывается в формат пред- и пост-конвеншен, т.е. мероприятий, сопровождающих другие события, повышая тем самым и привлекательность исходного, и экономический эффект от пребывания туристов на территории.

Работа по развитию этого направления туристической отрасли ведется **по двум основным направлениям:**

1. формирование креативных кластеров;
2. формирование системы региональных брендовых маршрутов.

1) На текущий момент в Свердловской области есть **пять креативных кластеров**, созданных или непосредственно Свердловским областным фондом поддержки предпринимательства, или при его активном участии:

- «Домна» — в Екатеринбурге;
- «Самородок» — в Нижнем Тагиле;
- «Арт-резиденция» — в поселке Черноисточинск;
- «Нити х Нити» — в Арамили;
- «Лето на Заводе» — в Сысерти.



Говорить об экономической эффективности этих структур пока рано, их функционирование большей частью осуществляется за счет субсидий из регионального и муниципальных бюджетов, средств градообразующих предприятий, а также за счет грантов из различных источников, государственных и частных фондов. **Наиболее близка к экономической самостоятельности «Домна»,** но это объясняется ее спецификой — расположением в центре Екатеринбурга.

В тоже время **указанные площадки уже успели зарекомендовать себя как места концентрации художников, дизайнеров, представителей народных промыслов и т.д.** Соответственно, с одной стороны, они **начинают функционировать как точки притяжения для жителей и туристов, с другой — как места коммерциализации результатов деятельности представителей креативных индустрий.** Такая тенденция позволяет, с одной стороны, ожидать достижения экономической эффективности площадок, с другой – генерации мероприятий, выходящих за локальные границы. Наиболее крупным примером такого может служить вышеупомянутая **UF LAB — Международная неделя моды в Екатеринбурге,** для которой «Домна» стала одной из базовых площадок.

2) Что касается **региональных туристических маршрутов,** то на текущий момент в Свердловской области **сформировано:**

- **2 маршрута,** входящие в национальные туристские маршруты;
- **5 собственных брендовых маршрутов;**
- **13 направлений промышленного туризма;**
- **9 направлений инклюзивного туризма;**
- **3 направления активного туризма;**
- **6 направлений культурно-познавательного;**
- **2 направления гастрономического туризма;**
- **9 направлений молодежного туризма;**
- **3 направления научно-популярного туризма;**
- **19 направлений сельского туризма.**

Если добавить к этому развитую многопрофильную спортивную инфраструктуру, включая единственное в этой части страны поле международного уровня для гольфа, то туристическая индустрия области готова предоставить жителям и гостям Среднего Урала весьма обширный выбор услуг.

Определенные проблемы существуют в части распространения вышеперечисленной инфраструктуры за пределы Екатеринбургской и Нижнетагильской агломераций. Однако работа ведется и в периферийных территориях области. На **основе восстановленного Свято-Николаевского мужского монастыря** в городе Верхотурье **функционирует центр паломнического туризма,** который стал, в том числе, и **местом концентрации художественных и народных промыслов.** **Формируется туристическо-креативный кластер в Ирбите,** на основе Ирбитской ярмарки, известной с XVII века и возрожденной в 2002 году. Отметим, что **в 2022 году Ирбитская ярмарка одержала победу в номинации «Лучшая ярмарка»** конкурса «Торговля России», **организованного Министерством промышленности и торговли Российской Федерации.** В результате Ирбит уже становится межрегиональным центром народных промыслов, площадкой для театров и творческих коллективов соседних субъектов Федерации.

Приоритетным в этой сфере для Свердловской области с ее богатым индустриальным наследием **является промышленный туризм**. На текущий момент в Свердловской области сформировано **около 50 маршрутов промышленного направления**, для посещения **открыты более 30 предприятий**. Нужно отметить, что это не только **посещение действующих** (Первоуральский новотрубный завод, ВСМПО в Верхней Салде, Уралхиммаш в Екатеринбурге,) или **заводов-памятников** (Северская домна в Полевском, Старый Демидовский завод в Нижнем Тагиле), но и **ландшафтные объекты** (карьеры Качканарского ГОКа и «Ураласбеста»), и транспортная инфраструктура (Алапаевская узкоколейка). «Артинский завод», расположенный в п. Арти, не только демонстрирует производство с 230-летней историей, но и проводит свой собственный международный турнир косарей с использованием собственной продукции в качестве основного орудия. Т.е., можно подобрать экскурсию практически на любой вкус.

Затраты на формирование объекта промышленного туризма, как правило, несет само предприятие. Если говорить о прямом коммерческом эффекте для предприятий-участников программ промышленного туризма, то он малозначим. Здесь речь идет скорее о косвенных итогах — демонстрация своей социальной ответственности, продвижение брендов, повышение узнаваемости, формирование позитивного имиджа территории в глазах ее жителей, и, как следствие — увеличение, как своей локальной инвестиционной привлекательности, так и привлекательности Свердловской области в целом.

Руководство области хорошо понимает значение и специфику делового туризма, и туризма промышленного. Оба направления в соответствии с их значимостью зафиксированы в «Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года», принятой в 2019 году. Есть уверенность, что **цели будут достигнуты и туристическая отрасль будет увеличивать свой вклад в экономику и социальное развитие Свердловской области**. Таким образом, можно утверждать, что в Свердловской области **существует четкое понимание и экономический обоснованное видение устойчивого развития бизнеса в сфере гостеприимства и дальнейшего повышения инвестиционной привлекательности Среднего Урала на фоне туристического потенциала других территорий России**.

Дополнительно получить подробную информацию о происходящем в туристической сфере Свердловской области можно на информационных **порталах Агентства по привлечению инвестиций**:

- Событийном портале Свердловской области **Uvents.ru**.
- Конгрессном портале Свердловской области **Meetinural.ru**
- и сайте Центра развития туризма Свердловской области
- **Crt.gotoural.com**.