

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Институт ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
Кафедра: **БАНКОВСКИЙ И ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ ПЕРЕД ГЭК

Зав. кафедрой БиИМ

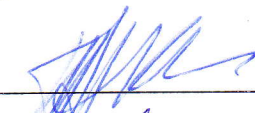
  
М.Я. Ходоровский

«11» \_\_\_\_\_ 2021 г.

## МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Формирование туристской дестинации как фактор повышения  
инвестиционной привлекательности региона (на примере проектов  
туризма Свердловской области)

Научный руководитель:  \_\_\_\_\_ Е.С. Кондюкова, доцент, к.ф.н.

Нормоконтролер:  \_\_\_\_\_ Т.А. Каргапольцева

Студент группы ЭУМ-291001  \_\_\_\_\_ Д.А. Прудников

Екатеринбург  
2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Институт *Экономики и управления*

Кафедра **Банковский и инвестиционный менеджмент**

Направление **38.04.08 Финансы и кредит (ФГОС ВО)**

Образовательная программа **38.04.08/07.01 Банковский и инвестиционный менеджмент**

**УТВЕРЖДАЮ**

Зав. кафедрой БиИМ

М.Я. Ходоровский

« 11 » \_\_\_\_\_ 2021 г.

**ЗАДАНИЕ**

на выполнение выпускной квалификационной работы

студента **Прудникова Дениса Александровича** группы **ЭУМ-291001**

1 Тема ВКР **Формирование туристской дестинации как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона (на примере проектов туризма Свердловской области)**

Утверждена распоряжением по институту от 15.12.2020 г. № 33.01-05/326

2 Руководитель **Е.С. Кондюкова, доцент, к.ф.н.**

3 Исходные данные к работе: *Нормативно-правовые акты, учебная литература, монографии, научные статьи, интернет-источники, материалы производственной и преддипломной практик, прочие аналитические данные.*

4 Содержание пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов)

Введение

Глава 1. Теоретические основы предмета исследования

Глава 2. Аналитическая часть исследования

Глава 3. Разработка мероприятий, методических подходов и рекомендаций в соответствии с темой магистерской диссертации.

Заключение

5 Перечень демонстрационных материалов: *Раздаточный материал, отражающий основные аспекты диссертационного исследования (8 – 10 страниц)*

6 Консультанты по проекту (работе) с указанием относящихся к ним разделов проекта\*

Раздел	Консультант	Подпись, дата	
		задание выдал	задание принял

7 Календарный план

Наименование этапов выполнения работы	Срок выполнения этапов работы	Отметка о выполнении
1. Написание 1-ой главы	27.04-05.05.2021	<i>kef</i>
2. Написание 2-ой главы	06.05-17.05.2021	<i>kef</i>
3. Написание 3-ей главы	18.05-29.05.2021	<i>kef</i>
3. Написание введения и заключения	30.05-01.06.2021	<i>kef</i>
4. Оформление ВКР (МД)	02.06-05.06.2021	<i>kef</i>

Руководитель *kef* Е.С. Кондюкова

Задание принял к исполнению *Труф*

8 Выпускная квалификационная работа закончена «  »    2021 г.

Пояснительная записка и все материалы просмотрены

Оценка консультантов:\* а)    б)     
в)    г)   

Считаю возможным допустить **Прудникова Дениса Александровича** к защите выпускной квалификационной работы в экзаменационной комиссии.

Руководитель *kef*

9 Допустить **Прудникова Дениса Александровича** к защите выпускной квалификационной работы в экзаменационной комиссии (протокол заседания кафедры № 10 от 10 июня 2021 г.)

Зав. кафедрой *М.Я. Ходоровский* М.Я. Ходоровский

\* - при наличии разделов, требующие привлечение консультантов

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1 Актуальные аспекты развития инвестиционной политики в сфере туризма .....	5
1.1 Инвестиционный климат как индикатор тенденции экономического развития .....	5
1.2 Особенности инвестиционной деятельности в сфере туризма .....	10
1.3 Зарубежные тренды в сфере формирования инвестиционного климата .....	16
2 Анализ инвестиционной привлекательности туристской отрасли уральского региона .....	20
2.1 Инвестиционная стратегия формирования туристской бренда Свердловской области.....	20
2.2 Анализ туристских ресурсов и продуктов Свердловской области.....	32
3 Мероприятия по повышению инвестиционной привлекательности Свердловской области	38
3.1 Формирование туристской дестинации как фактор инвестиционной привлекательности региона.....	39
3.2 Инвестиционные проекты развития городской территории .....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	64

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы определяется не только традиционными направлениями развития межнациональных и межрегиональных коммуникаций, но и изменившейся мировой обстановкой, закрытием границ, свертыванием социальных контактов и доступа к общественным местам. Это служит поводом для разработки стратегий в области реализации туристских потенциалов, в том числе региональных. Время жестких локдаунов не влияет на формирование высокого спроса на услуги (продукты) сферы туризма, спрос становится отложенным и будет реализован при снятии ограничений на передвижение.

Цель магистерской работы – предложить рекомендации по повышению инвестиционной привлекательности объектов туризма Свердловской области на основании анализа инвестиционной стратегии, туристских продуктов и услуг, реализуемых в настоящее время.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты формирования инвестиционного климата и его влияние на экономическое развитие.
2. Провести анализ инвестиционной привлекательности туристской отрасли уральского региона.
3. Сформулировать основные проблемы инвестиционной привлекательности сферы туризма в уральском регионе.

Предмет исследования – инвестиционный климат и стратегии по развитию туризма Свердловской области.

Объект исследования – программы: «Комфортная городская среда» и стратегия развития туризма Свердловской области до 2030 года, проекты Минэкономки и Ростуризма Свердловской области по развитию туристских дестинаций.

Степень научной разработанности предмета исследования. Проблема формирования инвестиционного регионального климата освещена в работах Е. Г. Князева «Инвестиции», В. В. Литвинова «Инвестиционная

привлекательность и инвестиционный климат региона», Г. П. Литвинцева «Факторы и пути повышения инвестиционной привлекательности региона»

Методической и информационной основой написания магистерской работы явились документы: постановление правительства «Об утверждении Стратегии развития в Свердловской области на период до 2035 года»; В. В. Литвинова «Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона»; Е. Е. Чурилова, О. П. Овчинникова «Методы оценки инвестиционного климата региона».

Структура работы. Поставленные цели и задачи определили логику изложения и структуру работы, которая состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

В первой главе рассматривается основная терминология инвестиционной тематики, раскрыты дефиниции: инвестиционный климат; инвестиционная привлекательность; инвестиционные риски. В данной главе раскрыты такие темы как: инвестиционный климат как индикатор тенденции экономического развития; особенности инвестиционной деятельности в сфере туризма; зарубежные тренды в сфере формирования инвестиционного климата территорий.

Вторая глава содержит анализ инвестиционной политики в туристской сфере уральского региона и формулирование круга проблем по данному вопросу.

В третьей главе описаны основные мероприятия по повышению инвестиционной привлекательности Свердловской области, представлен ряд сценариев по развитию туристской отрасли и рассмотрен один из проектов по формированию туристской дестинации для формирования инвестиционной привлекательности. В заключении предлагаются основные выводы по работе.

# **1 Актуальные аспекты развития инвестиционной политики в сфере туризма**

## **1.1 Инвестиционный климат как индикатор тенденции экономического развития**

Одним из важнейших условий эффективного экономического развития страны является правильная, корректно выстроенная инвестиционная политика. Такие ученые, как И. В. Вякина, И. В. Гришина, Л. И. Журова, под инвестиционным климатом понимают общность политических, правовых, экономических, а также социальных условий, которые во многом определяют потребность будущего инвестора во вложение средств, с целью получения дохода.

Современная терминология всемирного банка определяет инвестиционный климат, как «совокупность характерных для каждой местности факторов, определяющих возможности компаний и формирующих у них стимулы к осуществлению продуктивных инвестиций, созданию рабочих мест и расширению своей деятельности» [6].

В научной и специальной литературе инвестиционный климат характеризуется как система финансово-экономических, социокультурных и правовых условий формирующих уникальность и качество предпринимательской инфраструктуры, а также эффективность изучения и вероятность возникновения рисков в процессе вложения капитала [14, 21]. Следует отметить, что вышеприведенное определение не учитывает природно-ресурсный потенциал территории.

Научные деятели из института новой экономики под инвестиционным климатом понимают сочетание политических, социальных, экономических и юридических условий, способствующих эффективности инвестиционного процесса в равной степени, как для отечественных, так и для иностранных инвесторов.

С другой стороны такие ученые, как А. Бакитжанов и С. А. Филин

рассматривают инвестиционный климат, как множество взаимосвязанных элементов, развивающихся под воздействием расширенного круга процессов и условий инвестиционной деятельности. Условия могут носить как финансово-экономический, социально-психологический, так и экологический, ресурсно-сырьевой характер. Характер условий в свою очередь подразделяется на макрорегиональные, микрорегиональные и собственно региональные уровни управления, представляющие собой реальные возможности региона к расширению инвестиционной деятельности, а также формирующие предпосылки для появления новых стабильных мотиваций, влияющих на доходность инвестиций, определяющих потребность и качество инвестиций [2].

Определение, предложенное А. Бакитжановым и С. А. Филиным массивно, многогранно, является трудным для восприятия и неоднозначным. Таким образом, скорее всего, «система отношений» в инвестиционном менеджменте относится к понятию «инвестиционный рынок», нежели «инвестиционный климат».

Опираясь на вышеперечисленное, не вполне корректно, на наш взгляд, приравнивать понятия «инвестиционный климат» и «инвестиционная привлекательность». Обратимся к такой дисциплине, как физическая география, и рассмотрим понятия «климат» и «погода». Как правило, под климатом понимается среднее значение погоды за длительный промежуток времени (обычно пара десятилетий). Так, погода определяется как мгновенное состояние нескольких характеристик, в то время, как климат – статическое объединение этих состояний. По аналогии, инвестиционный климат региона следует рассматривать как интегральную характеристику среды инвестирования, формирующуюся на основании оценки инвестиционной привлекательности региона в течение длительного промежутка времени (как правило, более пяти лет) и влияющую на готовность будущего инвестора осуществить вложения. В то же время инвестиционная привлекательность региона – это цельная характеристика среды инвестирования, формирующаяся на основе показателя инвестиционного потенциала и инвестиционного риска региона, отражающая



субъективное восприятие региона будущим инвестором. Помимо этого, инвестиционная привлекательность отличается субъективностью, поскольку во многом зависит от типа инвестора и его целей. Инвестиционный климат – скорее, «объективное» понятие, так как отражает тенденции, влияющие на всех участников инвестиционного процесса.

Инвестиционный климат рассматривается как система социально-экономических и политических условий, формирующих определенный показатель привлекательности финансовых вложений. Инвестиционная привлекательность во многом зависит от инвестиционной политики и инвестиционной активности, влияющих на формирование инвестиционного климата. Таким образом и происходит экономический рост в регионе. В инвестиционной привлекательности региона инвестиционная активность может рассматриваться как активность притока капитала, в то время как показатели, задействованные при оценке привлекательности региона на каждом этапе развития российской экономики, могут меняться.

Инвестиционный климат оценивают как благоприятный или неблагоприятный, и оценка зависит от влияния таких факторов, как поддержка предпринимательской инициативы государством, развитость инфраструктуры и коррупционная составляющая. Можно выделить следующие виды инвестиционного климата (рисунок 1):

1. Транснациональный – инвестиционный климат в масштабах стран.
2. Национальный – инвестиционный климат конкретного государства
3. Региональный – инвестиционный климат региона.
4. Муниципальный – инвестиционный климат отдельного города.
5. Отраслевой – инвестиционный климат отдельно взятой отрасли.

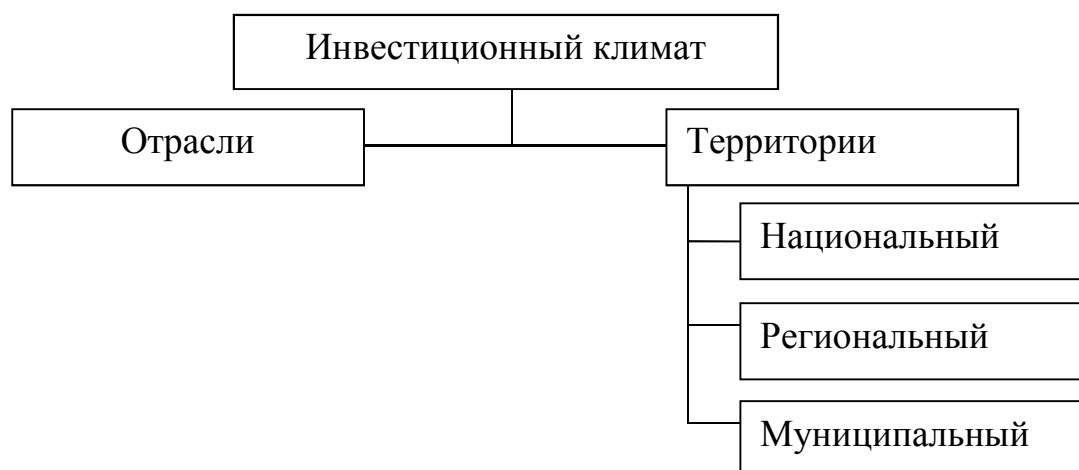


Рисунок 1 – Виды инвестиционного климата

Так же существует другой подход разделению инвестиционного климата на виды, разработанный И. Ройзмоном и представлен в «таблице 1.1».

Таблица 1.1 – Кластерный подход к типологизации инвестиционного климата

№ кластера	Наименование кластера
А. Регионы с благоприятным инвестиционным климатом	
А1	Мегаполисный благоприятный
А2	Нефтегазодобывающий, очень благоприятный
А3	Приморский благоприятный
Б. Регионы с умерено-благоприятным инвестиционным климатом	
Б1	Индустриально диверсифицированный благоприятный
Б2	Северный, умеренно-благоприятный
В. Регионы со средним инвестиционным климатом	
В1	Старые, промышленные регионы
В2	Регион инвестиционный с умеренно пониженной привлекательностью
Г. Регионы с неблагоприятным инвестиционным климатом	
Г1	«Слаборыночные» регионы

Понятия «инвестиционный климат» и «инвестиционная привлекательность» необходимо разделять. «Инвестиционный климат» более широкая дефиниция, включающая в себя «инвестиционную привлекательность», которая, в свою очередь, формируется из инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков. Инвестиционный климат необходимо анализировать на определенный сравнительно небольшой отрезок времени, в то время как инвестиционная привлекательность имеет долгосрочный период систематического анализа. Исходя из вышперечисленного можно сделать

вывод о влиянии на инвестиционный климат факторов инвестиционной привлекательности региона – инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков. Инвестиционный потенциал региона – система социально-экономических, природно-географических факторов, имеющих большое значение для привлечения потенциальных инвесторов.

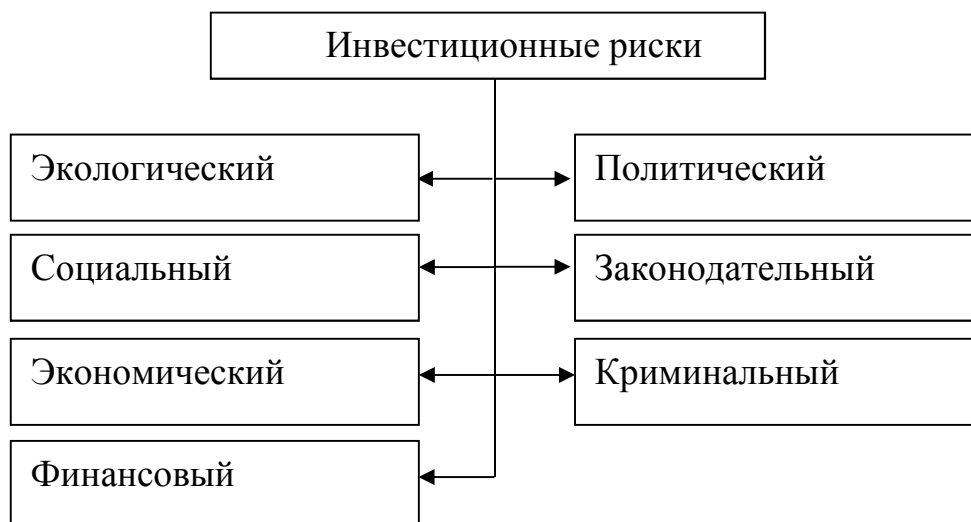


Рисунок 2 – Структура инвестиционного риска

Инвестиционные риски как составляющая часть инвестиционной привлекательности региона (рисунок 2.) определяется как возможность финансовых потерь, связанных с неточность и непостоянность условий инвестиционной деятельности. Под правовым риском понимают законодательно-правовые обстоятельства, влияющие на инвестиционную деятельность субъекта. Примером может послужить противоречивость, неопределенность законодательных и правовых актов.

Управленческие риск оказывают влияние на политическую составляющую инвестиционного процесса. Чаще всего такие риски обуславливаются сменой политической обстановки внутри страны и/или изменениями на мировой арене.

Экологические риски учитывают в первую очередь состояние окружающей среды, наличие разного рода социальных движений и государственных программ.

Обстоятельства, влияющие на социальный компонент инвестиционной деятельности, берутся во внимание при анализе социальных рисков. К

социальным рискам можно отнести: пониженный уровень социально-деловой активности, моральные и материальные общественные стимулы, ниспадающий высокий уровень напряженности в социуме.

Выделяют так же экономические риски. К экономическим рискам можно отнести: высокий уровень инфляции, неэффективная структура региональной экономики, нестабильность курса национальной валюты, а также высокий уровень преступности в регионе.

Вместе с тем возникает еще немаловажный фактор времени, так как инвестиционный климат предполагает инвестиционную привлекательность в динамике.

Таким образом, инвестиционный климат включает в себя оценку многих факторов и рисков региона, весомая доля «позитивного» инвестиционного климата в регионе зависит, например, от финансовой политики. Финансовая политика подразумевает не просто финансирование определенных структур и обеспечение инвестиционного климата в регионе, это инвестиция для будущего развития региона, привлечения инвесторов, а далее создание рабочих мест и роста благосостояния населения.

## **1.2 Особенности инвестиционной деятельности в сфере туризма**

Инвестиционная деятельность в туристической сфере предполагает использование финансовых средств в форме долгосрочных вложений капитала в туристскую отрасль как внутри, так и за пределами конкретной страны с целью получения дохода от вложенных средств [6]. Инвестиции в сфере туризма представляют собой процесс создания, модернизации или реконструкции туристических объектов, способных оказывать различные туристические услуги за счет капитала. Так, идет процесс воплощений идей по возведению новых туристических объектов, позволяющих предоставлять услуги в сравнительно большем объеме при повышении качества обслуживания туристов [8].

Эффективность инвестиционной деятельности возрастает, если совпадают в первую очередь интересы и предложения всех сторон инвестиционного

процесса – продавцов, покупателей, других участников. Баланс интересов позволяет сделать инвестиции выгодными как для участников туристической отрасли, так и для самих туристов.

Туристская сфера многогранна и не ограничивается одним методом инвестирования. В настоящее время существуют и такие формы инвестирования, которые не поддаются приведению к коммерческим показателям выгоды. Например, как вычислить эффект от деятельности художника, расписавшего фасад здания или от творчества архитекторов, создавших ледяной дворец, чьи объекты впоследствии вызвали повышенное внимание туристов? Существует ли способ оценки такого рода инвестиций?

Для решения поставленной задачи следует провести серьезный анализ системы инвестирования, включающей в себя источники, виды, способы и результаты инвестирования. Увеличение границ инвестирования позволяет переосмыслить оценку инвестиционного климата региона, что в свою очередь позволит сделать тот или иной регион более привлекательным.

На сегодняшний день известны следующие пути инвестирования в туристскую сферу:

- Инвестирование гражданами и учреждениями, не относящимися к государственным.
- Собственно государственное инвестирование, осуществляемое средствами государственного бюджета.
- Инвестирование, осуществляемое иностранными агентами в форме вложений в туристический бизнес.
- Совместное финансирование.
- Инвестирование с помощью инвестиционных фондов и компаний (иными словами, с помощью финансовых посредников).

Туристские инвестиции можно классифицировать по следующим признакам:

1. Область реализации инвестиций. Например, финансовые инвестиции – вложение в ценные бумаги, реальные инвестиции – вложение капитала в средства производства и предметы потребления.

2. Сроки осуществления инвестиций. Так, выделяют: долгосрочные инвестиции – десять и более лет, среднесрочные инвестиции – от пяти до десяти лет, краткосрочные инвестиции – до года и менее.

3. Виды инвестиций. Рассматриваются: прямые инвестиции – вложение средств инвестором с последующим приобретением требований к активам; косвенные инвестиции – направление финансов в формируемый портфель; интеллектуальные инвестиции – покупка ноу-хау, патентов, лицензий.

4. Область использования инвестиций. Инвестиции могут быть связаны с созданием туристского предприятия. Такие инвестиции служат для создания активов нового предприятия. Также выделяют текущие инвестиции, которые связаны непосредственно с текущим или капитальным ремонтом, а также заменой оборудования. Выделяются дополнительные инвестиции, возникающие в связи с высоким спросом и предполагающие расширение объемов предложения.

5. Объем инвестиций. Настоящее время выделяют: сравнительно небольшие инвестиции, средние инвестиции и достаточно большие инвестиции. Как правило, объем инвестиций в туристской сфере формируется в зависимости от масштабов процесса изготовления той или иной продукции или оказания каких-либо услуг.

Под субъектом инвестирования в сфере туризма понимают лицо, которое направляет средства на достижения определённых целей и решении поставленных задач. Субъектами инвестирования в туризме могут выступать отечественные и иностранные граждане, а также юридические лица. Также субъектами могут быть подрядчики, исполнители и поставщики материальных ценностей.

Объектами инвестиционной деятельности в сфере туризма выступают сами сферы вложения средств. Под объектами туристической деятельности

понимают: вновь созданные и продолжительное время существующие туристические объекты, модернизируемые производственные фонды, интеллектуальные ценности [8].

Принципов инвестирования в сфере туризма много. Остановимся на основных:

1. Принцип системности. Принцип системности предполагает использование системного анализа при принятии решений по инвестированию. Это обуславливается тем, что туристическая сфера представляет собой большую открытую систему.

2. Принцип комплексности. Принцип комплексности предполагает сочетание настоящего, стратегического и оперативного управления инвестиционной деятельностью.

3. Принцип адаптивности. Принцип адаптивности обеспечивает гибкость инвестиционного процесса посредством воздействия внутренних и внешних факторов, обеспечивающих корректировку целями и приоритетами.

4. Принцип непрерывности. Принцип непрерывности предполагает постоянное инвестирование в соответствии с ранее установленным графиком.

5. Принцип учета рисков. Принцип учёта рисков обязывает учитывать специфику туристской сферы и выявлять уровень рисков, которые могут возникнуть в процессе инвестиционной деятельности.

Изучение проблемы формирования конкурентоспособности в сфере с точки зрения комплексного, системного подхода предполагает необходимость формулирования главных принципов анализа, прогнозирования и диагностирования вложенных инвестиций в создание, развитие новых организационных форм, продвижение и сбыт туристских продуктов и услуг. К основным принципам анализа можно отнести: научность и комплексность, системность и объективность, точность и действенность, а также целенаправленность и согласованность.

Часть экономики, контролируемая государственными органами, предлагает выстраивать отношения с частным бизнесом на принципах

возвратности, самоокупаемости и платности долевого финансирования конкуренции. Анализ инвестиционных вложений должен основываться на надежной информации, верно отражающей объективную действительность. Выводы должны подтверждаться точными аналитическими вычислениями [6].

Эффективность анализа проявляется во влиянии на инвестиционный процесс вложений, а также их результатах при своевременном выявлении недочетов и нарушений. Такой анализ должен проводиться планомерно, в системе. Из этого вытекает потребность в планировании аналитической работы при подготовке и проведению инвестиционных операций, а также потребность в распределении обязанностей по выполнению обязанностей между участниками инвестиционного процесса. Оперативность анализа предполагает умение быстро, точно проводить операции анализа, принимать решения и воплощать их в действительность. Демократизм при проведении анализа инвестиционных вложений предполагает привлечение к деятельности широкого круга заинтересованных участников, что в свою очередь обеспечивает открытость инвестиционной деятельности [14].

Создание туристского комплекса является приоритетной целью для потенциальных инвесторов. Однако на пути к этой цели выделяют несколько основных проблем. Основные из них будут перечислены ниже:

1. Стремление к монополизации. Нестабильность рыночной системы заставляет производителей туристических услуг подавлять конкуренцию с целью получения выгоды. Обладающие сравнительно большим объемом продаж туристические фирмы могут получать необходимые ценовые преимущества через распространение рискованных форм их взаимодействия с поставщиками услуг в сфере туризма.

2. Неравномерное распределение информации в рыночной среде. Получаемая от потребителей, поставщиков и розничных продавцов информация имеет большое значение. В туристической сфере информация распространяется неравномерно и иногда бывает, доступна лишь некоторым туроператорам. Такая неравномерность распространения информации затрудняет принятие решений в



сложных рыночных ситуациях субъектам туристического рынка, которые не располагают крупными возможностями.

3. Невозможность установления социально приемлемых границ неравенства в разделении доходов. Для рыночной системы характерна тенденция скопления богатств на одном полюсе и бедности на другом. Это явление обуславливается тем, что туристический рынок нейтрально относится к моральным требованиям и делит блага в зависимости от того, кто и сколько может заплатить. Доходы субъектов рыночной системы, как правило, являются следствием капитализации ранее полученной прибыли.

4. Неспособность рынка к устранению внешних эффектов. К негативному примеру влияние внешних эффектов на рыночную систему можно отнести снижение посещаемости туристами культурно-оздоровительного центра, рядом которым был построен завод по теперь работе тяжелых металлов.

5. Неспособность рыночной среды к контролю предоставляемых туристических услуг. Контроль за качеством в туристской сфере обязателен, поскольку характер и качество туристических услуг непостоянны. Кроме того, туристические услуги имеют определенную длительностью по времени и не подлежат возврату или обмену.

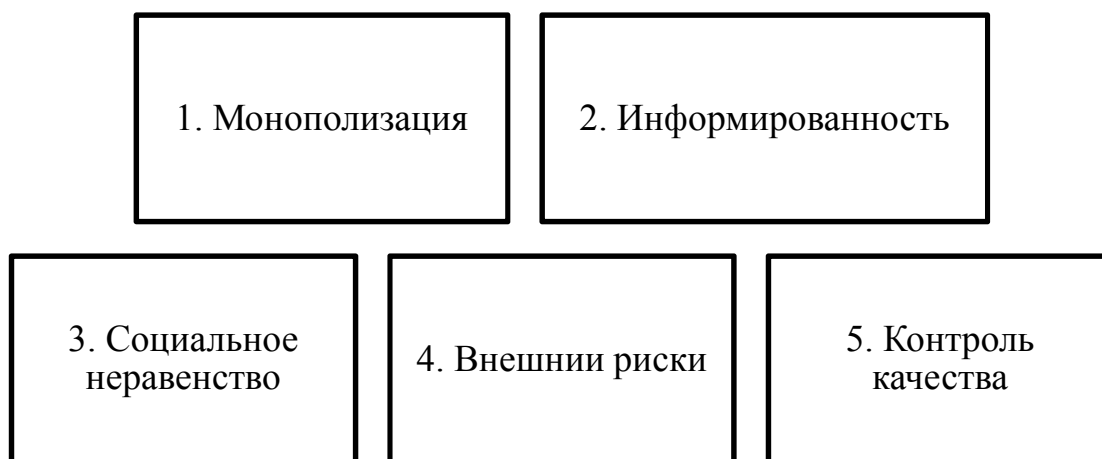


Рисунок. 3 – Проблемы на пути инвестирования в туристскую сферу

Таким образом, в туристической сфере инвестиции предполагают реализацию финансовых ресурсов в форме долгосрочных вложений капитала в рамках конкретной страны или за границей с целью получения прибыли. Под инвестициями в туризме понимается процесс создания новых туристических объектов или модернизации и реконструкции ранее существующих, способных предоставлять туристические услуги, с помощью капитала [13].

Инвестиции в туристической сфере позволяют материализовать идеи связанные с возведение новых туристических объектов, способных оказывать туристические услуги в сравнительно большем объеме при повышении качества обслуживания туристов. Инвестиции в сфере туризма будут выгодны при соблюдении баланса между спросом со стороны потребителя и предложениями со стороны участников бизнеса, связанных с туризмом.

### **1.3 Зарубежные тренды в сфере формирования инвестиционного климата**

В мировой экономике на долю туризма приходилось 9% ВВП (более 10 трлн. долл. США) и более 255 млн. рабочих мест. Основными мировыми трендами, определяющими развитие туризма в долгосрочной перспективе, признаются следующие:

1. Ускоренный по сравнению с другими областями рост сферы туризма. К основным факторам, способствующим росту были отнесены:

- Устранение границ и развитие международных отношений.
  - Глобализация экономики и превращение туризма в атрибут большинства видов экономической деятельности.
  - Увеличение общего благосостояния людей.
  - Технический прогресс, позволяющий сделать труднодоступные места доступными.
2. Устойчивый рост числа путешественников.
  3. Дифференциация туристского спроса и, как следствие, дифференциация продукта.
  4. Усиление конкуренции на мировом туристическом рынке.
  5. Повышение требований к качеству продукта (услуги) за умеренную цену.

Высокий спрос на свободные инвестиционные ресурсы создает дефицит предложений. В связи с этим многие государства стараются создать максимально благоприятные условия для привлечения внешних и внутренних инвесторов. Так, налоговые системы во многих странах разрабатывают льготы год для инвесторов. Примеры льгот рассматриваются ниже:

- Взыскание налогов из прибыли предприятий по сниженной ставке.
- Дифференциация налоговых льгот в зависимости от размера инвестиций.
- Снижение налоговых ставок в зависимости от сферы вложения капитала.
- Освобождение предприятий с иностранными инвестициями от налогов в первые годы их деятельности.
- Снижение налоговых ставок и другие налоговые льготы в специальных свободных экономических зонах.

Налог на прибыль в Австрии составляет около тридцати процентов, промышленный налог составляет около тринадцати процентов. Австрийское предприятие также может быть освобождено от налога на прибыль, если оно

имеет инвестиции иностранной фирмы, ее создающие угрозы для отечественных инвесторов.

В то же время, в Малайзии налог на прибыль равен для всех и составляет тридцать пять процентов. Другие налоги значительно ниже или их вообще не существует. В течение первых пяти лет инвестиции в производственную отрасль не облагаются налогами.

В Соединённых Штатах Америки особое место занимает инвестиционный кредит. Кредит является стимулом к ускорению обновления производственной системы главных фондов. Инвестиционный кредит предусматривает понижение налогооблагаемой прибыли на сумму вложений, которые реализуются при приобретении техники и оборудования.

Контроль инвестиционных потоков реализуется через формирование списка приоритетных направлений инвестирования. Например, во Вьетнаме льготы полагаются тем инвесторам, которые вкладывают деньги в государственные программы, инновационные технологии и в повышение уровня подготовки кадров.

Развития экономики отсталых районов в Германии достигается путём предоставления льгот, региональных кредитов, субсидий потенциальным инвесторам. Среди вышеперечисленных инструментов развития экономики выделяются следующие:

- Инвестиционные кредиты для создания высокотехнологичных производств.
- Кредиты в рамках программы по восстановлению Европы.
- Субсидии по программам развития промышленности
- Субсидии по программам развития средних городов.

Лизинг – форма долгосрочной аренды, позволяющая выкупать основные средства, приобретённые арендодателем для арендатора с целью их использования. В мировой практике на сегодняшний день лизинг имеет большое значение. Так, в Соединённых Штатах Америки доля расходов на лизинговые

операции составляет около тридцати процентов, в Англии и Франции от тринадцати до семнадцати процентов, в Италии и Голландии от двенадцати до четырнадцати процентов, в Австрии и Дании от восьми до десяти процентов [9].

Реализация методов ускоренной амортизации, действующих в настоящее время в Соединенных Штатах Америки, Германии и Франции и в ряде других стран, способствует активизации инвестиционных процессов.

Активизации инвестиционных процессов способствует либеральное амортизационное законодательство, в частности применение методов ускоренной амортизации, которые давно действуют в США, Великобритании, Германии, Японии, Франции, Швеции, Швейцарии и в других странах.

Большое значение в развитых странах придается разработке и реализации качественной государственной инвестиционной политике. Эффективная государственная политика способствует совершенствованию сферы туризма посредством развития инфраструктуры и существующего законодательства.

## **2 Анализ инвестиционной привлекательности туристской отрасли уральского региона**

### **2.1 Инвестиционная стратегия формирования туристской бренда Свердловской области**

Стратегия развития подразумевает совокупность целевых программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического характера, которые призваны обеспечить динамичное и устойчивое развитие системы.

Одним из важных направлений сбалансированного социально-экономического развития муниципальных образований Свердловской области выступает развитие региона как туристской дестинации. Туристская индустрия (с учетом смежных отраслей) может обеспечить вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития, повышение уровня и качества жизни населения путем роста занятости и доходов жителей области.

Сфера туризма представляется стейкхолдерам не только одной из приоритетных отраслей экономики, но и в большей степени механизмом и элементом продвижения региона в рыночном поле, способствует привлечению устойчивого внимания к Свердловской области со стороны внутренних и внешних потребителей (потенциальных жителей, туристов и инвесторов), медиа-организаций.

Туристская сфера должна быть трансформирована в самодостаточную отрасль экономики, соответствующую мировым трендам, международным стандартам и лучшим отечественным практикам.

Решению важных экономических и социальных проблем поспособствует развитие в Свердловской области внутреннего и въездного туризма. Так, развития туризма позволит увеличить число рабочих мест, рост занятости активного населения, благосостояние граждан. Кроме того, развития туризма в Свердловской области станет стимулом к развитию многих сопряженных сфер экономической деятельности, которые поспособствуют социально-

экономическому развитию местных образование, располагающихся на территории области.

Развитие сферы туризма предлагает возможности выгодного позиционирования Свердловской области среди других субъектов Российской Федерации; комфортного и безопасного отдыха и досуга; получения дополнительных доходов организациями индустрии гостеприимства (гостиницы, предприятия общественного питания), туроператорами.

Известно, что сорок шесть с половиной процентов от общего объема платных услуг, предоставляемых санаторно-курортными организациями, приходится на Свердловскую область. Несмотря на сокращение платных услуг в 2017-м году ситуация в сфере туризма остается благоприятной (рисунок 4).

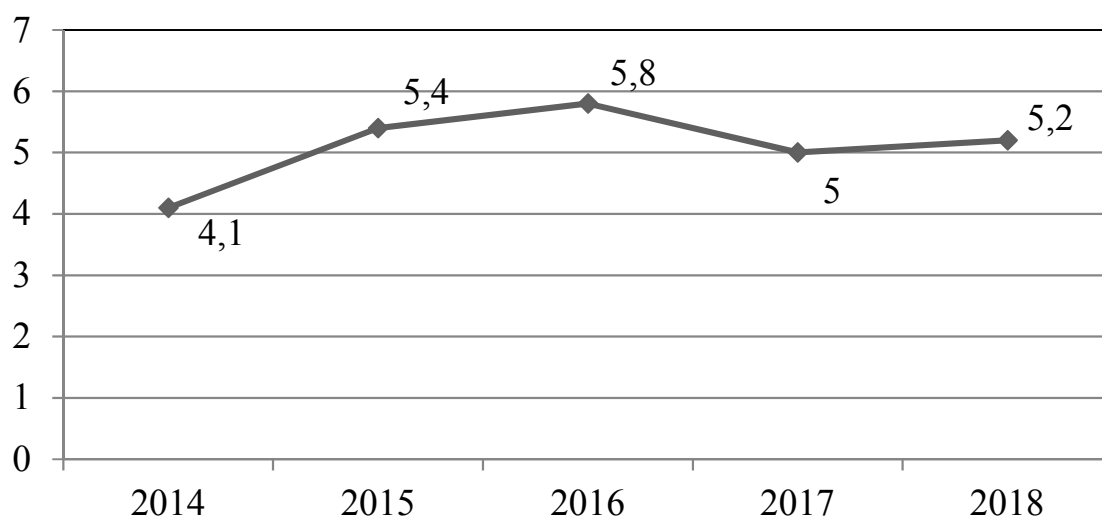


Рисунок 4 – Объем платных услуг санаторно-курортных организаций за период с 2014 по 2018 год, млрд. рублей

Более 34% всех доходов коллективных средств размещения Уральского федерального округа от предоставляемых услуг приходится на Свердловскую область [21].

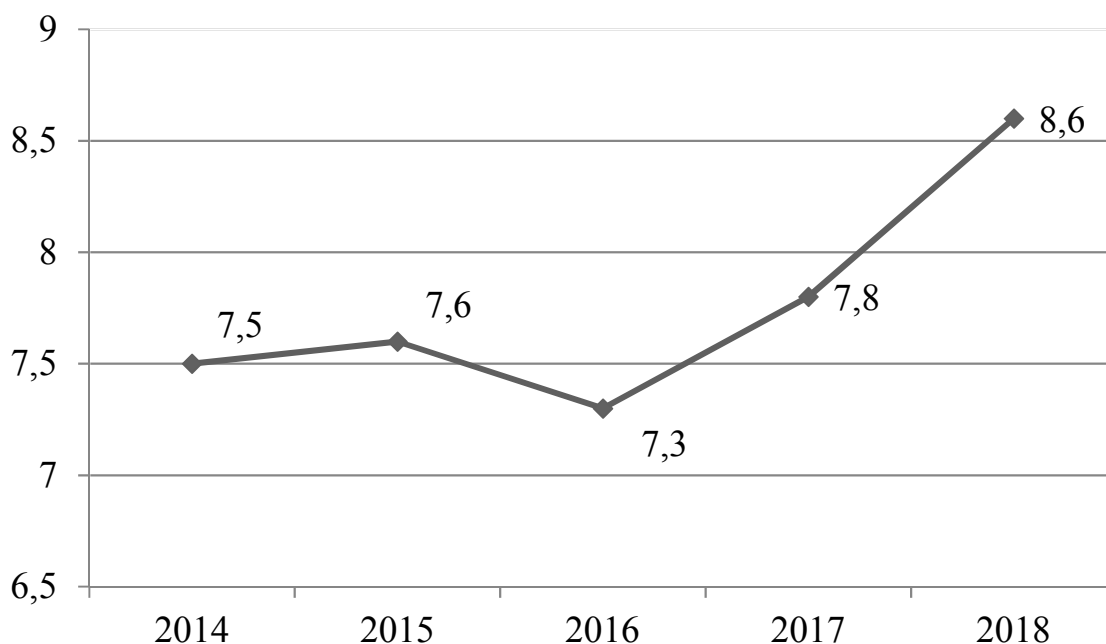


Рисунок 5 – Доходы коллективных средств размещения (КСР) за период с 2014 года по 2018 год, млрд. руб.

Инвестиции в сфере туризма, как указывалось выше, представляют собой непрерывный процесс создания за счёт капитала новых туристических объектов, а также модернизацию или реконструкцию существующих объектов, которые в свою очередь способны оказывать разного рода туристические услуги.

Наиболее перспективным для туристической сферы Свердловской области является развитие внутреннего и въездного туризма, который позволит интегрировать туристические объекты и достопримечательности в программы туроператоров.

Существует множество предпосылок для активного развития туристической сферы в Свердловской области. К таким предпосылкам можно отнести: открытость населённых пунктов Свердловской области для массового туризма, большой природный и культурный потенциал, а также перспективный туристический рынок. Туристическая сфера Свердловской области должна развиваться в следующих направлениях: деловой туризм, конгрессно-выставочная деятельность, активный отдых рекреация, индустриально-минералогический и оздоровительный туризм.





**Рисунок 6 – Расходы населения на туризм и их доля в общем объеме потребительских расходов**

Сфера туризма считается не только одной из приоритетных отраслей экономики, но и в большей степени механизмом и элементом продвижения Свердловской области на туристском рынке (таблица 2.1). Развития туристической сферы позволит не только создать комфортные условия жизнедеятельности и отдыха местного населения, но и привлечь внимание внутренних и внешних потребителей, а также средств массовой информации к Свердловской области. В Уральском федеральном округе Свердловская область находится на первой позиции по количеству мест размещения (таблица 2.2).

**Таблица 2.1 – Сравнение субъектов РФ по объему платных услуг гостиниц**

Номер строки	Субъект Российской Федерации	Объем платных туристских услуг (млрд. руб.)
1.	Уральский федеральный округ, в том числе:	
2.	Свердловская область (5-е место в РФ)	5,4
3.	Челябинская область	2,1
4.	Курганская область	0,3
5.	Ханты-Мансийский автономный округ	1,8

Продолжение таблицы 2.1

6.	Ямало-Ненецкий автономный округ	1
7.	Тюменская область	1,6
8.	Другие субъекты РФ, в том числе:	
9.	Город Москва (1-е место в РФ)	51,2
10.	Краснодарский край (2-е место в РФ)	49,8
11.	Город Санкт-Петербург (3-е место в РФ)	20,5
12.	Московская область (4-е место в РФ)	7,3
13.	Республика Татарстан	5,3

Таблица 2.2 – Число мест в гостиницах по Уральскому округу

Субъект	Число мест размещения всего			Число мест в среднем на одну гостиницу		
Уральский федеральный округ	46546	49912	51884	62	62	59
Курганская область	1772	1956	2166	30	29	29
Свердловская область	15580	17507	17588	67	65	65
Тюменская область	19484	20515	21710	69	70	61
Челябинская область	9710	9934	10420	55	56	59

Не смотря на то, что многие металлургические предприятия минимизировали свою деятельность, проблемой формирования туристского бренда Свердловской области является стойкий стереотип с черствым, загрязненным выпускающим тысячи тонн стали и чугуна краем. В связи с чем проблема формирования туристского бренда приобретает наибольшую актуальность.

Основу формирования такого бренда могут и должны составить традиционные ценности, достижения и особенности (рисунок 7) Урала и Свердловской области:

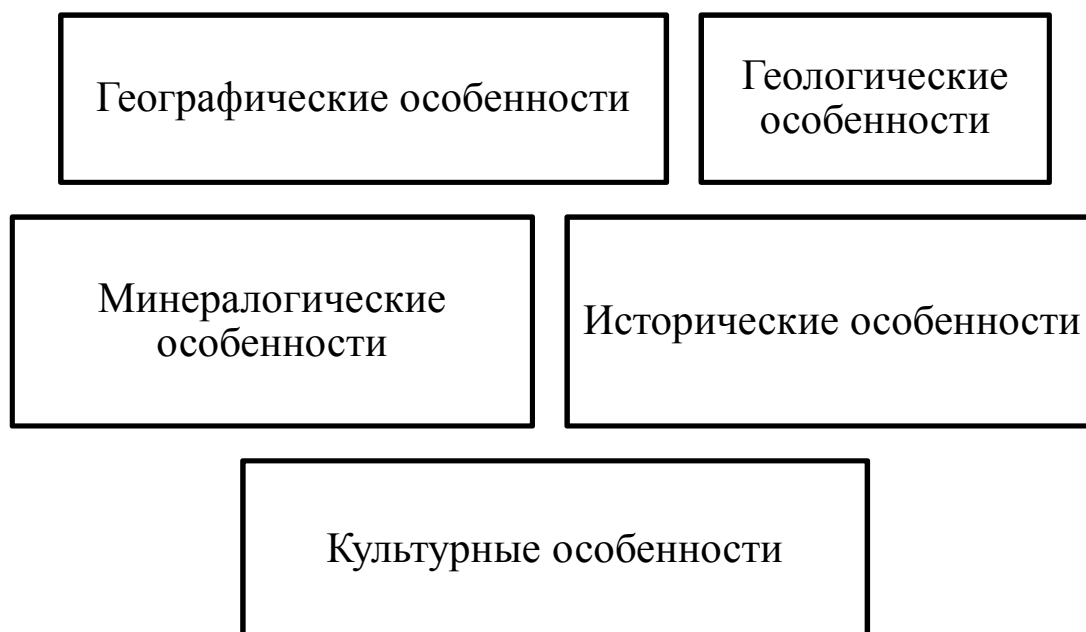


Рисунок 7 – Традиционные ценности и особенности Урала

- 1) Географические особенности – граница Европы и Азии, протяженность которой по территории Свердловской области превышает 700 км;
- 2) Геологические особенности – наличие Уральских гор;
- 3) Минералогические особенности;
- 4) Исторические особенности, связанные в первую очередь с расширением Российского государства на восток, формирование российской промышленности;
- 5) Культурные особенности, связанные с традиционными ценностями русского народа – мастерство, умения, красота, природа, родина, русский дух, что нашло отражение в развитии традиционных народных ремесел и промыслов.

Для Свердловской области характерно сочетание различных видов туризма. Ключевыми видами туризма, характерными для Свердловской области, которые составляют основной доход от туристской деятельности (рисунок 8), относятся следующие:

1. Деловой туризм. Деловой туризм связан с проведением деловых встреч и мероприятий, переговоров, а также организацией корпоративного отдыха.

2. Культурно-познавательный туризм. Данный вид туризма связан с предоставлением экскурсионных туров, выездов к культурным объектам.

3. Активный туризм. Данное направление представлено природными заповедниками, памятниками, горнолыжными комплексами, располагающимися на территории Свердловской области.

4. Инклюзивный туризм. Инклюзивный туризм является сравнительно новым направлением туризма в Свердловской области. Основной ценностью вида является общедоступность для разных категорий туристов к культурно-историческим, природным объектам, расположенным на территории области. Общедоступность достигается путем совместной деятельности разных ведомств (органов местного самоуправления, общественных организаций, образовательных организаций) по адаптации имеющейся туристской инфраструктуры, информации.

5. Транзитный туризм. Свердловская область отличается удобным географическим расположением, что позволяет ей принимать большой поток туристов из разных субъектов Российской Федерации и других стран.

6. Этнографический туризм. Данный вид туризма получил большое развитие благодаря высокой и многообразной культуре народов Свердловской области. По настоящее время в области проживает около 40 национальностей, отличающихся своими традициями, обрядами, культурным наследием и творчеством. Одним из знаменитых объектов этнографического туризма является тематический парк «Парк Сказов», посвященный творчеству П. П. Бажова, русской сказке и традиционной уральской культуре.

7. Гастрономический туризм. Данный вид туризма считается наиболее перспективным и востребованным направлением туризма в Свердловской области. Каждый год в области проводятся гастрономические фестивали, ярмарки, позволяющие получить туристам представление об особенностях уральской кухни.

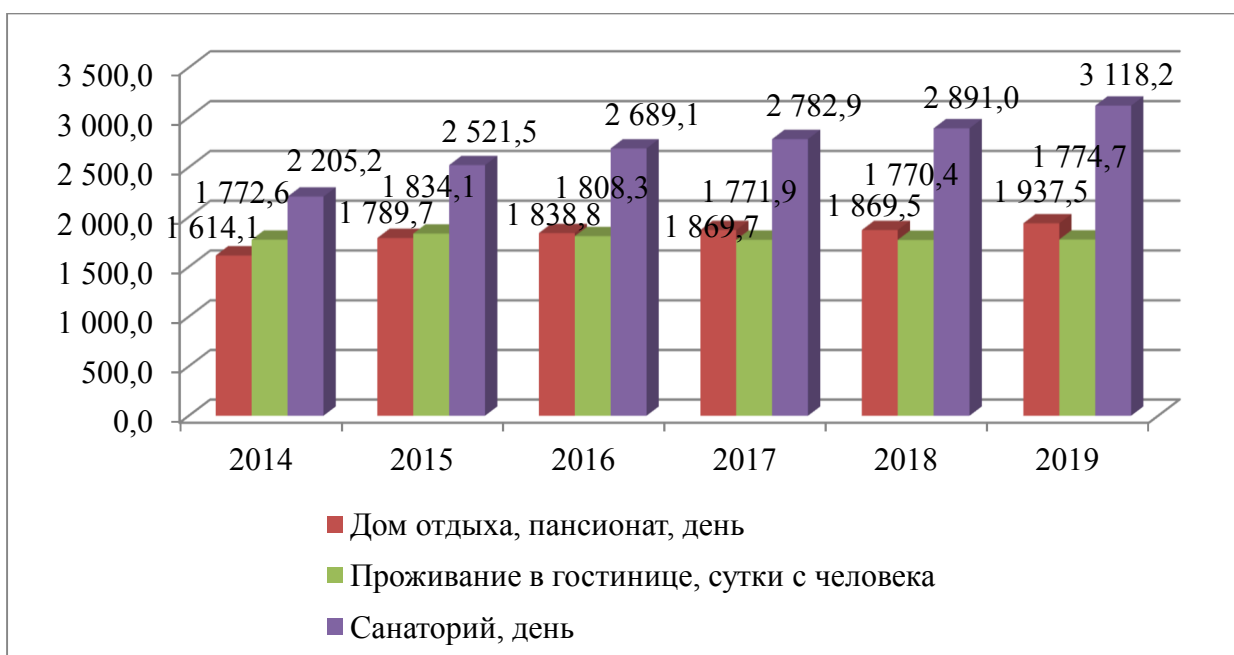


Рисунок 8 – Средняя потребительская цена на проживание

Позиционирование Свердловской области через призму культурно-познавательного туризма целесообразно осуществлять, используя специфику региона, в том числе:

1. Богатым наследием и визитной карточкой Свердловской области считается индустриально-промышленное и военно-патриотическое наследие. Предприятия настоящие мастерские по производству военной техники во времена великой отечественной войны, многие до настоящего времени сохранили рабочее состояние среди них: «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод» имени Ф.Э. Дзержинского», выпускавшее легендарные танки Т-34, публичное акционерное общество «Уральский завод тяжелого машиностроения», публичное акционерное общество «Машиностроительный завод имени М. И. Калинина, город Екатеринбург»

Потенциально интересными с туристической точки зрения объектами, распространенными на территории Свердловской области. К потенциально интересным, с туристической точки зрения, объектам можно отнести: Невьянскую наклонную башню, хорошо сохранившиеся горнозаводские заводские памятники, расположенные на территории городов Свердловской области (Полевской – Северская домна, Нижний Тагил – музей-завод истории

развития техники и чёрной металлургии и др.). К современным перспективным комплексам можно отнести: музей военной и автомобильной техники в Верхней Пышме, колокольный завод в Каменск-Уральском, «Мотодом» в городе Ирбит, предприятие «Фарфор Сысерти» в городе Сысерть.

2. Позиционирование Свердловской области как центра Европы и Азии, способствующее идентификации Свердловской области как перекрестка цивилизаций и центра культур.

3. Тему уральских самоцветов: Липовское месторождение, Минералогический музей им. А. Е. Ферсмана, Малышевское месторождение изумрудов, Березовский музей истории золотоплатиновой промышленности и подземный музей-шахта Уральского золота, Уральский геологический музей Уральского государственного горного университета, Музей истории камнерезного и ювелирного искусства и другие объекты.

Помимо вышеперечисленных направлений, в сфере туризма можно выделить направление, связанное с паломничеством и характеризующее уникальный потенциал Свердловской области. На Урале расположено большое количество святынь, притягивающих интерес не только паломников, но и простых туристов. Одной из самых популярных достопримечательностей города Екатеринбурга является Храм-на-крови. Большинство туристов, посещающих город Екатеринбург, стремятся побывать в этом месте. Кроме того, на территории города Екатеринбурга располагается монастырь «Ганина яма», имеющий в своем составе комплекс деревянных храмов и памятников.

К самым популярным направлениям туризма в Свердловской области можно отнести активный туризм. Особенность географии Свердловской области позволяет создать благоприятные условия для занятий зимними видами спорта. В Свердловской области существует более десятка горнолыжных комплексов, расположенных на горах Белой, Ежовой, Волчихе, Долгой, Пильной, Хрустальной, Теплой, Уктус. Отдельного внимания заслуживает потенциал гор Качканар и Конжаковский камень, тропы Карпинского в городе Каменск-Уральском.

Развитию лечебно-оздоровительного направления в сфере туризма способствует природный потенциал Свердловской области. В свердловской области расположено большое количество минеральных и термальных вод, лечебных грязей. На территории области существует более пятидесяти санаторно-курортных организаций, ежегодно принимающих большое количество человек. Известно, что в Свердловской области располагается около одной трети от всего количества курортов Уральского Федерального округа и около трех процентов от общего количества курортов по Российской Федерации [21].

Особый интерес для жителей и гостей Свердловской области представляет такое направление в туризме, как медицинский туризм. Данный вид туризма в настоящее время очень популярен в мире и создает дополнительные возможности для существенного увеличения доходной части областного бюджета. Так, например, на территории Свердловской области функционирует один из самых крупных научно-исследовательских институтов, целью которого является оказание высокотехнологической медицинской помощи беременным женщинам, относящимся к группе риска.

Реализация масштабных проектов, отражающих уникальность и специфику региона позволит обеспечить формирование туристского потенциала территории, повысить «узнаваемость бренда» Свердловской области. Стоит отметить рост числа размещенных граждан в КСР и рост спроса (таблица 2.2) на услуги внутреннего туризма (рисунок 9).

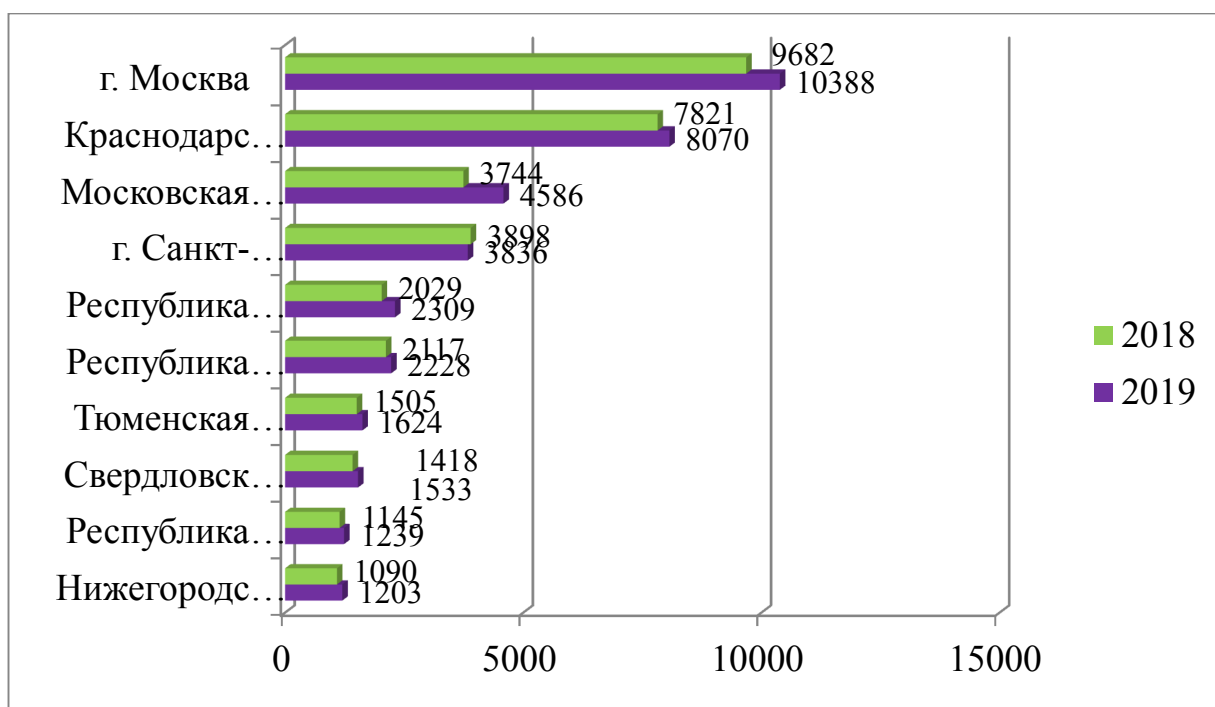


Рисунок 9 – Число размещенных граждан по субъектам РФ, тыс. человек

Таблица 2.2– Оценка спроса на услуги внутреннего туризма, в процентах по сравнению с предыдущим кварталом

-	Увеличение	Без изменений	Уменьшение	Баланс
2015 г.				
I квартал	11	42	47	-36
II квартал	29	45	26	3
III квартал	34	36	30	4
IV квартал	16	32	52	-36
2016 г.				
I квартал	13	32	55	-42
II квартал	35	32	33	2
III квартал	36	42	22	14
IV квартал	14	39	47	-33



Продолжение таблицы 2.2

2017 г.				
I квартал	14	46	40	-26
II квартал	30	47	23	7
III квартал	31	47	22	9
IV квартал	18	39	43	-25
2018 г.				
I квартал	12	50	38	-26
II квартал	29	53	18	11
III квартал	30	53	17	13
IV квартал	15	45	40	-25
2019 г.				
I квартал	13	53	34	-21
II квартал	34	52	14	20
III квартал	39	46	15	24
IV квартал	12	42	46	-34
2020 г.				
I квартал	15	52	33	-18
II квартал	2	20	78	-76
III квартал	42	27	31	11
IV квартал	14	29	57	-43

Механизмы реализации стратегических задач с позиции формирования доступной и комфортной туристской инфраструктуры связаны с проектированием туристско-рекреационных кластеров. Привлечение большого

количества инвесторов позволит создать в рамках кластера качественные туристические продукты, имеющие всю необходимую инфраструктуру.

## **2.2 Анализ туристских ресурсов и продуктов Свердловской области**

Главным направлением развития туристической инфраструктуры является закрепление создаваемых туристических кластеров в территориальных документах Свердловской области, а также в планах муниципальных образований, располагающихся на территории области. Такой подход позволит в дальнейшем планировать и закреплять территории Свердловской для размещения на них новых туристических объектов и сопутствующей инфраструктуры. Приоритет государственной поддержки развития туристской и досуговой инфраструктуры на территориях муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, целесообразно осуществлять в разрезе формирования кластеров. К одной из возможных форм поддержки можно отнести предоставление субсидии из областного бюджета на софинансирование местных проектов в туристической сфере, а также оказание мер административной поддержки путём организации консультаций и содействия в продвижении туристических ресурсов.

Предлагаемое территориальное распределение (таблица 2.3) туристских кластеров в Свердловской области:

Таблица 2.3 – Территориальное распределение кластеров

1) кластер «Самоцветное кольцо Урала»	Центральная часть, восток (Тагил, оз. Таватуй, Алапаевск)
2) «Екатеринбург – Европа – Азия», «Большая Сысерть»	Юг (Екатеринбург)
3) кластер «Гора Белая»	Западная часть (Нижний Тагил)
4) кластер «Река Чусовая»	Западная часть
5) кластер «Верхотурье»	Центральная часть (Верхотурье)

1) Автотуристский кластер «Самоцветное кольцо Урала» охватывает наиболее популярные и интересные достопримечательности. Он включает в себя более 15 муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области. Общий объем финансирования проектов по созданию туристской инфраструктуры кластера «Самоцветное кольцо Урала» за период 2015–2018 годов составил более 3 млрд. рублей.

Проект объединил инициативы нескольких инвесторов. Благодаря проекту «Самоцветное кольцо Урала» была реконструирована зона на набережной Тагильского пруда, был развит туристско-рекреационный комплекс в районе озера Таватуй, создан тематический парк «Парк сказов» в Арамильском городском округе и др. Кластер «Самоцветное кольцо Урала» нацелен на обширную целевую аудиторию – дети, взрослые, молодёжь и пенсионеры. Спектр услуг предоставляемых в рамках проекта обширен и разнообразен: активный, оздоровительный, культурно-познавательный туризм. В связи с большой отдалённостью туристических объектов друг от друга важным направлением совершенствования кластера является развитие инфраструктуры, а именно предоставление удобного транспортного сообщения и качественного придорожного сервиса.

Таблица 2. 4 – Итоги реализации инвестиционного объекта «Самоцветное кольцо Урала»

Протяженность	630 км
Сроки реализации	2013-2018 годы
Объем инвестиций запланированный	2 361 248 тыс. руб.
Фактический объем инвестиций	3 774 924 тыс. руб.
3 группы объектов	Коллективные средства размещения; Транспорт и придорожный сервис; Инфраструктура

2) Туристско-рекреационный кластер Екатеринбургской агломерации, который включает туристско-рекреационный комплекс «Екатеринбург – Европа

– Азия» и туристско-рекреационный кластер «Большая Сысерть», охватывает город Екатеринбург и близлежащие муниципальные образования, расположенные на территории Свердловской области. Создание устойчивой системы развития спортивно-оздоровительного и культурно-познавательного туризма, а также сопутствующих направлений отдыха, направленных в первую очередь на семейный отдых и рекреацию, обеспечит мощный рост Екатеринбургской агломерации и Свердловской области.

Развитие инфраструктуры будет способствовать организации полноценного семейного отдыха, что в свою очередь увеличит ежегодный туристический поток до полумиллиона человек. Кроме того, для создания полноценного туристско-рекреационного комплекса необходимо благоустройство прилегающей территории, а именно создание торгово-развлекательной зоны и парков, достопримечательностей, культурно-выставочной и спортивных зон. [58]

3) Туристско-рекреационный кластер «Гора Белая» охватывает территории города Нижний Тагил. Туристско-рекреационный кластер позволяет удобно сочетать условия для летнего и зимнего отдыха, что решает проблему с обеспечением летней и зимней загрузки объектов размещения расположенных на горе Белой. С целью ускорения процессов развития и совершенствования кластера была создана Автономная некоммерческая организация, занимающиеся в первую очередь созданием, управлением и развитием туристско-рекреационного кластера «Гора белая».

В целях совершенствования процедуры контроля и мониторинга, а также более широкого вовлечения представителей общественных организаций в развитие туристско-рекреационного кластера «Гора Белая» рассмотрение планируемых и реализуемых мероприятий возможно на Совете по развитию туризма в Свердловской области.

Разработка концепции туристско-рекреационного кластера «Гора Белая» осуществлялась на основании поручения Губернатора Свердловской области. Предполагается, что к 2028 году «гору Белую» будут посещать не менее чем 1500

тыс. визитеров, а в процессе развития кластера будут сформированы не менее 10 тыс. рабочих мест с прямой и косвенной вовлеченностью.

Главная идея создания кластера – организация пространства, в котором объединяться различные форматы отдыха, связанные с изучением богатой историей территории, объектов индустриального наследия, горнозаводской цивилизации. Каждому туристу предлагается найти и выбрать тот тип отдыха, который больше всего подходит ему в зависимости от сезона и характера деятельности.

Туристско-рекреационный кластер «Гора Белая» предоставит возможность жителям Урала и Свердловской области полноценный отдых с включением четырех основных зон с круглогодичной доступностью. Кроме того, комплексный подход в реализации проекта будет проявляться и в привлечении дополнительных финансовых инструментов, которые местные предприятия могут привлечь благодаря «статусу» Нижнего Тагила как монопрофильного муниципального образования [21].

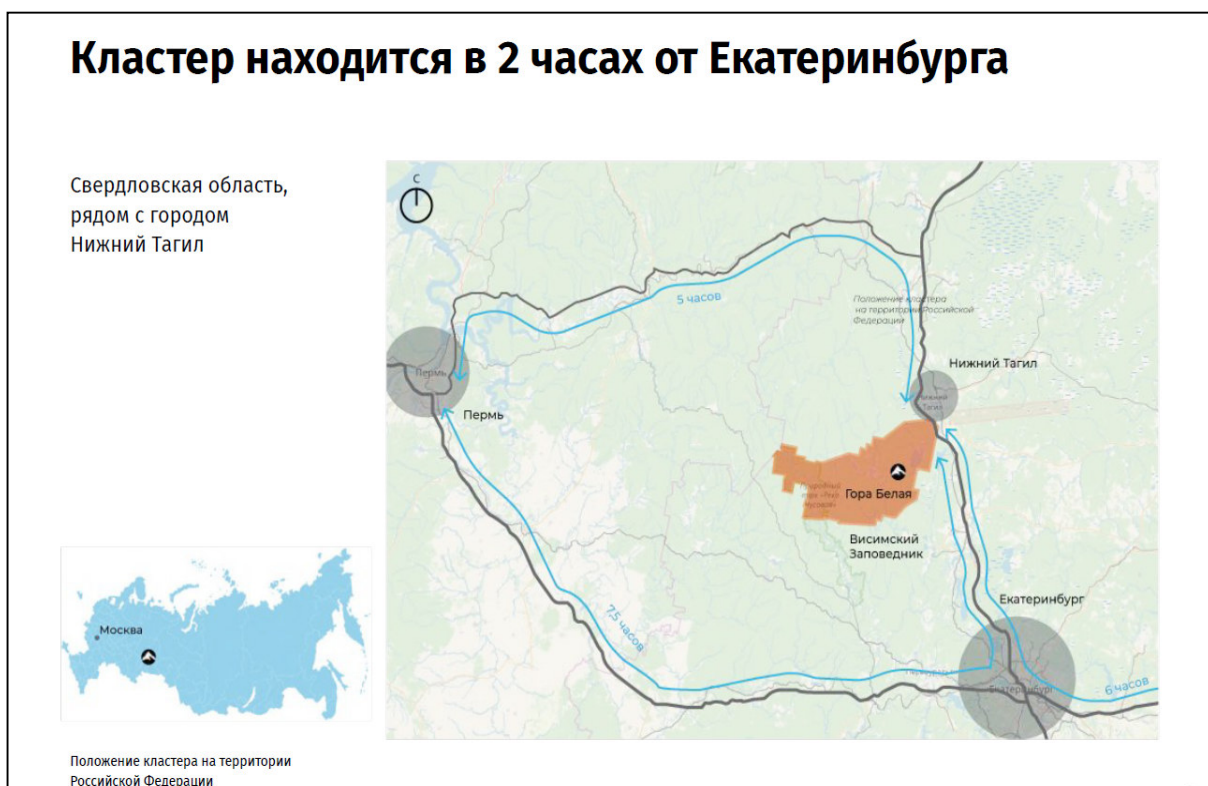


Рисунок. 10 – Расположение кластера на карте

4) Туристско-рекреационный кластер «Река Чусовая». Задействованы муниципальные образования, расположенные в районе реки Чусовой. Данный проект направлен на развитие, с одной стороны, активного, природного и экологического туризма (сплавы, рафтинги по реке Чусовой, пешие и велопогулки, лыжные, снегоходные туры); с другой стороны, на позиционирование культурно-исторического и индустриального наследия региона (культурно-познавательные объекты истории Горнозаводского Урала, на базе Строгановских заводов в поселках Староуткинск, Билимбай, селе Чусовое).

Реализация механизма государственного частного партнёрства в рамках вышеописанного проекта позволит повлечь в процесс объекты историко-культурного наследия Среднего Урала, что в свою очередь будет способствовать развитию муниципальных образований, располагающихся на территории Свердловской области. Данный кластер является продолжением Кластера «Гора Белая». Кластер будет востребован «любителями» водного туризма, пеших, велосипедных маршрутов, скалолазания, экологического туризма. В то же время посетители кластера вправе рассчитывать на познавательную составляющую за счет развития исторических объектов становления горнозаводского Урала.

5) Туристско-паломнический кластер «Верхотурье» охватывает территорию города Верхотурья.

Важно отметить, что Свердловская область имеет большое количество хромовых центров, связанных с историческими событиями общечеловеческого и религиозного характера большой значимости.

Верхотурье позиционируется как неофициальная «духовная столица Урала», исторический город Свердловской области необычной архитектуры.

Среди наиболее востребованных туристами объектов – единственный и самый маленький кремль на Среднем Урале (Верхотурский кремль). Комплекс Верхотурского кремля включает в себя Свято-Троицкий собор, Дом воеводы, Приказные палаты, Уездное казначейство, Государевы амбары и Поварню. Для эффективного и гармоничного развития кластера необходимо строительство

новых средств размещения паломников и гостей, центров общественного питания, благоустройство зон отдыха паломников (в настоящее время в секторе кластера расположено около 6 средств размещения и 7 объектов питания. Для формирования многодневных туристско-паломнических маршрутов необходимы дополнительные средства размещения и питания.

Так же стоит отметить положительную динамику по инвестиционной деятельности в сфере внутреннего туризма (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Объем инвестиций в туристической индустрии

Инвестиции в основной капитал	Млрд. рублей	231,7	370,9	323,8	313,1	348,9	355,7
Наличие основных фондов по полной учетной стоимости на конец года	Млрд. рублей	402,7	2 165,1	2 442,2	4 254,3	4 807,5	4 942,9
Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости	Млрд. рублей	281,5	1 425,6	1 583,4	2 744,2	3 091,7	3 121,8
Ввод новых основных фондов (значение показателя за год)	Млрд. рублей	100,8	189,3	187,4	242,1	385,4	425,9

По вышеизложенному анализу выводы сформулированы в (таблице 2.6).

Таблица 2.6 – SWOT – анализ потенциала въездного и внутреннего туризма Свердловской области

№ строки	Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
1	2	3	4	5
1	Богатый культурный, познавательный, оздоровительный потенциал	Недостаточный уровень благоустройства инфраструктуры	Растущий въездной поток туристов	Неравномерная загрузка по сезонам коллективных средств размещения

Продолжение таблицы 2.6

2	Развитая деловая и конгрессно-выставочная инфраструктура	Отсутствие системы общего территориального маркетинга	Возможность использования территории Свердловской области как базы для путешествия по всему федеральному округу	Отсутствие свободных от ограничений земельных участков
3	Спрос жителей Екатеринбурга на загородный отдых	Недостаточное количество туристских продуктов на территории Свердловской области	Возможность направления туристического потока в город Екатеринбург	Растущая конкуренция с другими регионами где уже есть туристская инфраструктура
4	Транспортная доступность из крупных городов РФ	Недостаточная информированность потенциальных туристов	Позиционирование Свердловской области за счет продвижения туристского бренда	Риски связанные с обеспечением безопасности туристов
5	Инвестиционная поддержка со стороны областного правительства	Низкое качество региональных трасс и уровень обслуживания	Наличие интереса инвесторов	Несовершенство нормативно-правовой системы

Анализ туристских ресурсов Свердловской области показал, что имеется потенциал для развития региона в направлении туристской дестинации, путем привлечения частных инвестиций и реализации проектов способом государственно-частного партнерства.



### **3 Мероприятия по повышению инвестиционной привлекательности Свердловской области**

#### **3.1 Формирование туристской дестинации как фактор инвестиционной привлекательности региона**

Туристская дестинация – решающий элемент туристской системы. Туристская дестинация характеризуется, как территория со всевозможными удобствами, системами обслуживания и услугами для обеспечения нужд туристов. Иными словами, туристская дестинация – наиболее необходимые и решающие элементы туризма, важные для посетителей. Регион дестинации представляет одним из самых важных в туристской системе, поскольку сами по себе туристские дестинация и их имидж привлекают туристов, мотивирует на посещаемость, таким образом, активизируя систему туризма.

Конечной целью будет формирование современной конкурентоспособной туристской индустрии, благодаря которой Свердловская область войдет в число лидеров по ключевым показателям в сфере туризма и гостеприимства. Для достижения цели предлагается выполнить некоторые задачи:

1. Развитие основных видов туризма.
2. Формирование и продвижение бренда Свердловской области как региона благоприятного для инвестиций в туристскую сферу.
3. Развитие туристской инфраструктуры (питание, транспорт, развлечение, дороги)
4. Увеличение безопасности и качества туристических услуг.

*Развитие ключевых видов туризма.*

Для поддержки основных видов туризма предлагается осуществлять работу по следующим направлениям:

1. В сфере культурно-познавательного туризма – развитие сферы туризма музейной сети региона, создание новых музеев по тематикам наиболее привлекательным для главных рынков сбыта туристского продукта региона, по тематикам, отражающим уникальность Урала не только в России, но и мире.

Формирование туристских культурно-образовательных центров, культурно – этнографических, культурно – исторических парков. Создание отдельного путеводителя по музеям Свердловской области, формирование музейных туров. Включение массовых культурных мероприятий в туристские программы. В сфере культурно-познавательного туризма особое внимание необходимо уделить новому направлению – индустриальному туризму – посещению объектов промышленного наследия. Необходимо выстраивание системы взаимодействия с промышленными компаниями в целях формирования перечня объектов для туристского посещения, экскурсионных программ, предполагающих участие посетителей в производственном процессе. Стимулирование промышленных предприятий Свердловской области к работе с туристами, в том числе проведения мастер-классов, тестовых испытаний для клиентов, дегустаций, для туристов в качестве одного из наиболее действенных механизмов продвижения на внешние рынки своей продукции.

2 Активный туризм. Разработка мер поддержки туроператоров, работающих в сфере приема туристских групп и организации активных туров на территории Свердловской области. Необходима разработка комплекса мер по обеспечению безопасности в сфере активного туризма, прежде всего организация межведомственного взаимодействия, а также организация информационно-просветительской работы по предупреждению чрезвычайных происшествий. Необходимо оказать содействие развитию природных парков Свердловской области, в плане их насыщения туристской инфраструктурой, продвижения на рынке туристских услуг, организации экологического воспитания граждан.

3 Событийный туризм. Формирование единого плана мероприятий с учетом интересов целевой аудитории. Оказание содействия администрациям муниципальных образований и представителям туристского бизнеса в организации массовых мероприятий туристской направленности. Включение событийных мероприятий в туристические и экскурсионные программы, реализуемые на территории Свердловской области.

4) Минералогический туризм. Необходима квалифицированная экспертная оценка имеющегося потенциала минералогического туризма, обустройство наиболее перспективных объектов показа исходя из сл. туристских аттракций: тема «русского золота», уральских самоцветов, уральского железа и меди. Организация интерактивных программ по «поиску, намыву, добыче» уральских минералов требует также проработки вопросов получения необходимых разрешений на вывоз коллекционных образцов минералов за пределы Свердловской области, в том числе за рубеж. Необходима поддержка имеющихся государственных, муниципальных и частных уральских минералогических музеев.

5) MICE туризм или деловой туризм. Создание календаря бизнес-мероприятий, проводимых на территории Свердловской области. Содействие в продвижении МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО» в качестве ключевой площадки проведения выставочных и крупных конгресс-мероприятий на территории Урало-Сибирского региона. Более активное использование рынка делового туризма для реализации экскурсионных и туристских продуктов на территории региона.

6) Санаторно-оздоровительный и лечебный туризм. Необходима серьезная всесторонняя поддержка наиболее перспективных санаториев и курортов региона: сертификация качества предоставляемых услуг (в том числе по международным стандартам), помощь в продвижении на рынке коммерческого туризма, улучшение качества сервиса, организация анимационных программ и экскурсий для отдыхающих, активное использование туристского продукта территории для разнообразия отдыха клиентов санаториев.

7) Детский и социальный туризм. Целесообразно переформатировать имеющиеся программы патриотического воспитания молодежи на воспитание чувств любви к малой родине, Уралу, посредством организации туристско-экскурсионных программ, экологических акций по уборке замусоренных рекреационных зон, обустройству объектов историко-культурного наследия. Кроме того, необходима методическая и содержательная доработка

действующих учебных программ, а также развитие системы поддержки детского и социального туризма, предполагающей частичную компенсацию затрат туристических операторов, организующих «выездные» уроки для учащихся школ. Необходимо последовательное развитие детского, школьного туризма, в том числе туризма социального (реализуемого за счет средств бюджетов всех уровней, а также за счет бюджетов предприятий и спонсоров).

8) В сфере автотуризма: создание объектов придорожного сервиса с автостоянками, предприятиями придорожной торговли и питания, станциями технического обслуживания легкового и пассажирского автотранспорта, объектов размещения и кемпингов на участках федеральных и региональных трасс по местам прохождения основных турпотоков. Перспективным в этом плане (с учетом имеющегося европейского опыта) является развитие инфраструктуры для путешествий на автокемперах.

Продвижение Свердловской области необходимо осуществлять с учетом возрастающей конкурентной борьбы между туристскими дестинациями в других регионах страны.

#### *Позиционирование и продвижение Свердловской области.*

Грамотная стратегия позиционирования на рынке, использование туристских ресурсов, целостная стратегия маркетинга позволит увеличить туристический поток и тем самым повысить инвестиционную привлекательность региона.

Исходя из предложенного подхода и потенциала развития различных видов туризма в Свердловской области, целесообразно предложить следующее:

1) Туристские продукты Свердловской области должны формироваться в сфере бизнес-туризма, конгрессно-выставочной деятельности, развлечений, спорта и активного отдыха, индустриально-минералогического туризма;

2) При формировании туристских продуктов важно максимально использовать одно из основных конкурентных преимуществ Свердловской области – расположение в центре Уральского региона;

3) Развитие туристского бренда Свердловской области необходимо осуществлять в рамках развития туристского бренда Большого Урала, что позволит именно Свердловской области получить максимальную выгоду и частично монополизировать тему Урала на внешних рынках.

Конкретные меры по продвижению регионального туристского продукта разрабатываются исходя из целевой аудитории и уровня доступности. Учитывая вышесказанное целесообразно выделить два этапа распределения рекламных ресурсов:

1. Жители Свердловской области и жители Большого Урала;
2. Жители России и зарубежных стран.

При работе с каждой целевой аудиторией будут отличаться продвигаемые туристские продукты и инструменты их продвижения: жителям Свердловской области целесообразно предлагать возможности для отдыха в формате туров выходного дня (одно-двух дневные туры, самые разнообразные, в зависимости от предпочтений клиентов), более продолжительные программы рекреации и оздоровления на основе местных курортов и санаториев.

Работа с жителями региона должна включать в себя направления по продвижению туризма как отрасли экономики и сферы профессиональной деятельности, положительно влияющей на благосостояние и жизнедеятельность жителей свердловской области. К таким направлениям работы можно отнести распространение печатных изданий, посвященных возможностям отдыха в регионе и проведение акций, с целью продвижения положительных результатов для Свердловской области от развития туризма. При работе с аудиторией соседних регионов важное значение имеет взаимодействие с туристическими операторами, формирующими групповые и индивидуальные туры, в том числе межрегиональные.

Рекомендуется проведение информационных туров для туроператоров соседних регионов, организация и проведение деловых мероприятий в сфере туризма – Форум «Большой Урал», проведение перекрёстных презентаций.

Для продвижения туризма в регионе на внешних рынках целесообразно объединить усилия с отраслевыми федеральными структурами, такими как Министерством культуры РФ и Федеральным агентством по развитию туризма. Участие в международных туристических выставках единым российским национальным стендом позволит привлечь внимание органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Национальный стенд должен включать в себя:

- Продвижение главных туристских маршрутов въездного туризма в России, таких как путешествие по Транссибирской железнодорожной магистрали;
- Рекламу российского туристского продукта на главных зарубежных рынках и на внутреннем рынке с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа России;
- Организацию информационных туров для зарубежных и отечественных СМИ;
- Проведение крупных международных конференций, симпозиумов, конгрессов и других мероприятий на базе двустороннего и многостороннего международного сотрудничества, а также сотрудничества с крупнейшими межправительственными организациями.

Вышеперечисленные инструменты необходимо использовать для активного продвижения Свердловской области, как места проведения крупнейших международных мероприятий.

#### *Развитие туристской инфраструктуры*

Целесообразность использования кластерного подхода на территории Свердловской области определена особенностями территориального развития туризма, сложившейся определённой туристической направленностью ряда

территорий, необходимостью и возможностями формирования комплексного туристского продукта.

Применение кластерного подхода в развитии туризма на территории Свердловской области представляется наиболее оптимальным, так как позволяет решать ряд актуальных для Свердловской области задач:

- Концентрация ресурсов, инвестиций и организационных усилий;
- Обеспечение разнообразия туристского продукта;
- Разрушение стереотипного представления о Свердловской области.

Все объекты, входящие в кластер, должны быть связаны внутренними коммуникациями, единой маркетинговой и рекламной политикой, а также включены в единые туристические маршруты. Объединение нескольких туристических объектов будет способствовать увеличению общего туристического потока. Кроме того, это позволит сделать туристическую отрасль более привлекательной для бизнеса.

Формируемый в рамках кластера продукт учитывает не только возможности одного предприятия, но и возможности партнёров. В связи с этим, главный фактор успешности кластера это возможность создания условий для включения в процесс получения заказов более широкий круг организаций. Основной причиной успеха разработанного проекта туристского кластера является наличие подготовленной и инициативной управляющей компании.

На первом этапе (2013 – 2016), ввиду высоких организационных рисков, связанных с созданием дополнительных институтов, функции управляющей компании может выполнять руководство ключевого базового объекта или муниципальная организация поддержки туризма.

На втором этапе, в целях институционального оформления туристского кластера целесообразно создание единой управляющей компании или туристского консорциума в форме юридического лица. Роль подобной организации может выполнять межмуниципальный центр развития туризма в форме некоммерческого партнёрства или бюджетного учреждения, который

возьмёт на себя функции по дальнейшему развитию и продвижению туристского продукта кластера.

Условием реализации кластерных инициатив является интенсивность инвестиционного процесса, который напрямую зависит от инвестиционной политики администрации региона, направленной на создание благоприятного инвестиционного климата. Первоначальные инвестиции должны быть за счет бюджета из-за недостаточности рентабельности на первом этапе. Федеральная целевая программа предполагает такое распределение инвестиций: федеральный бюджет – 25%; региональный и муниципальный бюджет – 10%; частные инвестиции – 65%. Данное распределение реализуется по программе совместного партнерства государства и частных инвестиций.

Ожидания низкой рентабельности от первоначальных инвестиций усложнит привлечение крупного бизнеса в данную сферу деятельности. Формирования пула инвесторов среднего и малого бизнеса положительно повлияет на динамику по привлечению крупных инвесторов в отрасль.

*Мероприятия по повышению уровня качества туристских услуг* являются обеспечение соответствующих кадров, так же меры по повышению безопасности. На рынке труда уже чувствуется дефицит высококвалифицированных кадров для сферы туризма. Реализация кластерных проектов предусматривает создание новых рабочих мест в сфере туризма и гостеприимства. Поэтому необходимы меры по подготовке кадров:

1. Мониторинг кадровых потребностей рынка в сфере туризма.
2. Исправление учебных планов в учебных заведениях.
3. Проведение практического обучения (тренинги, курсы).

Проблема обеспечения безопасности остается сдерживающим фактором для развития туризма. Комплексная система мер направленная на обеспечение безопасности туристской деятельности:

1. Обеспечение стандартов безопасности в соответствии с нормами действующего федерального законодательства;



2. Обеспечение оперативного взаимодействия между туристскими предприятиями и структурами МЧС;

3. Формирование системы страхования в сфере туризма;

4. Мониторинг ситуации по планированию туристской деятельности в Свердловской области.

Возможность реализации этих мер требует разработки программ повышения качества основных составляющих индустрии. Мероприятия необходимые для формирования конкурентоспособной индустрии туризма в Свердловской области приведены в (таблице 3.1).

Таблица 3.1 – Рекомендации по повышению конкурентоспособности туристской индустрии Свердловской области

Условия конкурентоспособности	Мероприятия
Узнаваемый туристический образ региона	1) Определение целевой аудитории. 2) Продвижение бренда за счет формирования нового ассоциативного ряда: уральские самоцветы; граница Европы-Азии. 3) Эффективная рекламная политика
Условия конкурентоспособности	Мероприятия
Разнообразие и уникальность туристических продуктов	1) Реставрация и усовершенствование уже существующих объектов. 2) Предложение уникального продукта (индустриальный и минералогический туризм)
Транспортная доступность	1) Развитие общедоступной и понятной туристкой навигации. 2) Развитие дорожной инфраструктуры и сервиса
Безопасность отдыха, создание информационной среды	1) Развитие системы информационных центров 2) Подготовка персонала к оказанию более высокого уровня туристских услуг 3) Организация программы по повышению уровня толерантности к туристам у местных жителей
Комплексный характер туристического продукта	1) Формирование целостных туристических кластеров. 2) Формирование зон отдыха для жителей крупных городов. 3) Разработка комплексных туристических маршрутов 4) Обучающие программы по формированию туристических продуктов для руководителей туристских предприятий

Продолжение таблицы 3.1

Современные механизмы и способы донесения информации	1) На местах туристического показа необходимо оборудование с информацией с возможностью использовать интернет. 2) Создание и продвижение единого туристического портала. 3) Создание межрегиональной кооперации, создание межрегиональных маршрутов.
Бережное отношение к природе	1) Развитие волонтерского движения 2) Совершенствование природоохранного законодательства. 3) Разработка программ экологического воспитания граждан.

*Базовые сценарии развития и результаты.* Рассматриваются три основных варианта развития событий: стабилизационно – инвестиционный, индустриально – модернизационный, инновационно – оптимистичный.

1) Стабилизационно – инвестиционный сценарий рассчитан на стратегию догоняющего типа, в случае технического развития в условиях благоприятной мировой конъюнктуры на основе имеющихся планов преимущественно крупных компаний. Возможен в случае если регион не выдержал конкуренции с другими субъектами Российской Федерации за внешним туристским потоком, в результате туристический поток будет обеспечиваться только внутренним ресурсом. Развития туризма в регионе будет происходить своим ходом, без вмешательства государственных программ и частных крупных инвестиций. Вероятность того что такой сценарий наступит велика в случае непринятия мер по развитию туризма в регионе.

2) Индустриально – модернизационный сценарий предполагает ускоренное развитие промышленного комплекса как основы экономического роста в благоприятных условиях. А значит направление бюджетных средств на продвижение уже существующих туристических продуктов, а так же приток частных инвестиций в уже обеспеченные туристским потоком дестинации. Данный сценарий несет в себе риски связанные с минимальным социально – экономическим эффектом от развития туризма в связи с минимальным государственным инвестированием.

3) Инновационно – оптимистичный сценарий подразумевает что произойдет инновационный и инвестиционный прорыв. Данный сценарий подразумевает что Свердловская область находится в пятерке регионов лидеров по объему туристического потока, для реализации этого необходимо активное позиционирование Свердловской области как региона, благоприятного для туризма. Разработка финансовых программ по развитию туризма в регионе в том числе инфраструктуры.

Основными показателями и индикаторами при реализации стратегии будут:

- 1) Объем туристического потока
- 2) Количество мест в КСР
- 3) Финансовый объем платных услуг

Прогнозные значения приведены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Прогнозные значения основных показателей развития туризма

Наименование показателя	Сценарий №	Темп роста в год	2020	Прогнозное значение показателей		
				2023	2026	2030
Число прибывший в КСР, тыс. чел.	1	1,04	1300	1407,2	1681,7	1856,7
	2	1,04		1520,8	2164,6	2633,6
	3	1,06		1641,0	2772,8	3710,6
Число ночевок в КСР, тыс. ед.	1	1,015	4700	4988,4	5703,7	6144,5
	2	1,025		5187,9	6479,0	7330,4
	3	1,035		5393,4	7350,6	8730,2
Количество мест в КСР, тыс. ед.	1	1,01	31,5	32,8	35,8	37,7
	2	1,02		34,1	40,7	45,0
	3	1,03		35,5	46,3	53,6
Объем платных услуг КСР, млн. рублей	1	1,023	6650	7283,2	7976,8	10013,4
	2	1,046		7960,6	7529,6	14941,4
	3	1,069		8684,3	11340,8	22101,4

Согласно расчетам по сценарию №3 число прибытий в КСР увеличится в 3 раза и превысит 3 млн. человек, а объем платных услуг должен увеличиться в 3,3 раза и достичь отметки в 22,0 млрд. руб.

Сценарий №2 подразумевает более медленное строительство КСР, объем туристического потока увеличится в два раза, а объем платных услуг не превысит 15,0 млрд. руб.

И самый пессимистичный сценарий развития событий №1, рост отрасли будет минимальным и недостаточным для полноценного использования туристского потенциала региона.

Для индустриальной Свердловской области интенсивное развитие туризма, обеспечивающего создание дополнительных рабочих мест в смежных отраслях, выступает одним из основных условий коренного улучшения качества жизни жителей области, особенно – жителей малых и средних городов, способствуя росту их доходов.

### 3. 2 Инвестиционные проекты развития городской территории

В качестве примера целого кластера был взят проект по развитию автотуристского кластера «Самоцветное кольцо Урала»(рисунки 11).

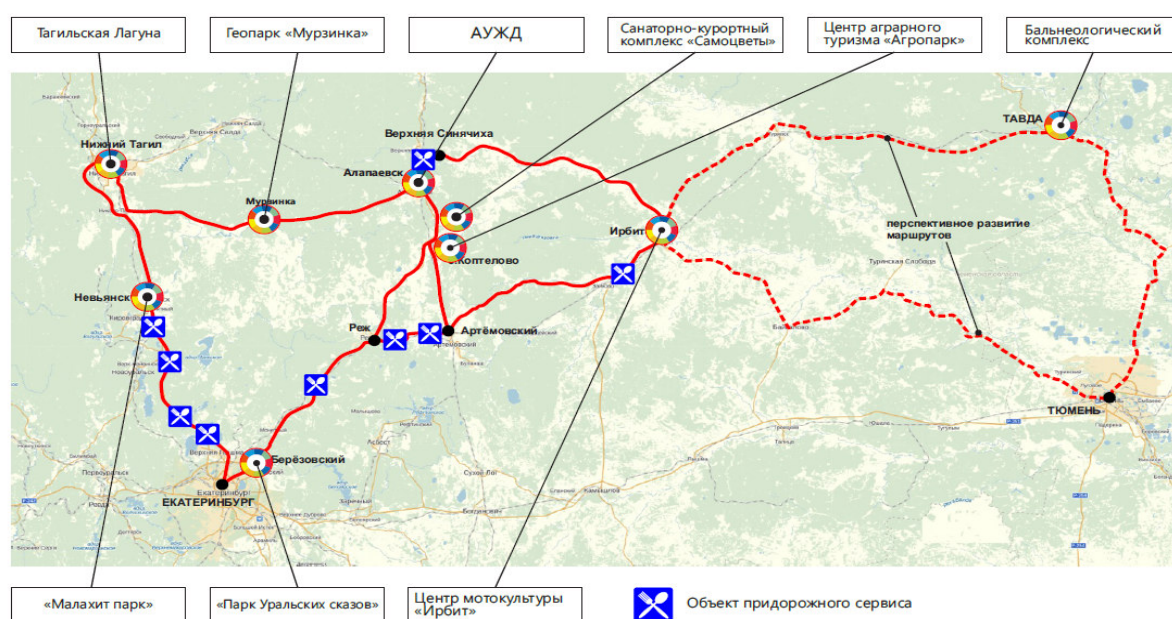


Рисунок 11 – Дорожное развитие кластера «Самоцветное кольцо Урала»

В разделе 2.2 упоминался данный проект с точки зрения итогов реализации. Далее предлагается ознакомиться с финансовой составляющей проекта (таблица 3.3).

Таблица 3.3 – Источники финансирования кластера «Самоцветное кольцо Урала», млн. руб.

Источники финансирования	2014	2015	2016	2017	2018	Итого
Бюджетное инвестирование, в том числе:	87,9	319,9	686,0	570,5	0,0	1664,3
Средства федерального бюджета	0,0	203,3	475,6	414,0	0,0	1092,9
Средства областного бюджета	59,2	48,0	65,5	37,0	0,0	209,7
Средства муниципального бюджета	28,7	68,6	144,9	119,5	0,0	361,7
Внебюджетные источники	522,6	1193,0	1972,1	1612,8	825,3	6125,8
Итого	610,5	1512,9	2658,1	2183,3	825,3	7790,1

Предложенные мероприятия по развитию транспортной инфраструктуры кластера и объектов придорожного сервиса (таблица 3.4).

Таблица 3.4 – Мероприятия по развитию транспортной инфраструктуры

Мероприятия	СМР	ПСД	Госэксперт.	Объем инвестиций, млн.руб.
Развитие автомобильных дорог регионального значения по опорным точкам проекта				560
Реконструкция 2 участков (6-10 км и 55-60 км.) автодороги с.Николо-Павловское - с.Петрокаменское - г.Алапаевск	2015	2014	2014	32
				128
Реконструкция 2 участков (41-49 км и 99-110 км.) автодороги с.Николо-Павловское - с.Петрокаменское - г.Алапаевск	2016-2017	2015	2015	68
				272
Реконструкция 29-33 км автомобильной дороги Екатеринбург - Реж – Алапаевск	2016	2015	2015	12
				48
Строительство 7 объектов придорожного сервиса вблизи автодорог регионального значения				245
Всего, в том числе по каждому из 7 объектов придорожного сервиса	2016-2017	2014	2015	245
Строительство придорожного кафе с автостоянкой и туристско-информационным центром				147

Продолжение таблицы 3.4

Строительство площадки отдыха с санитарным узлом				17,5
Строительство примыканий к автомобильной дороге регионального значения				80,5

Основной социально-экономический эффект проекта представлен на рисунках 12 и 13. Показан значительный рост туристского потока, причем значительную роль в развитии кластера играет столица Урала.



Рисунок 12 – Объем туристского потока

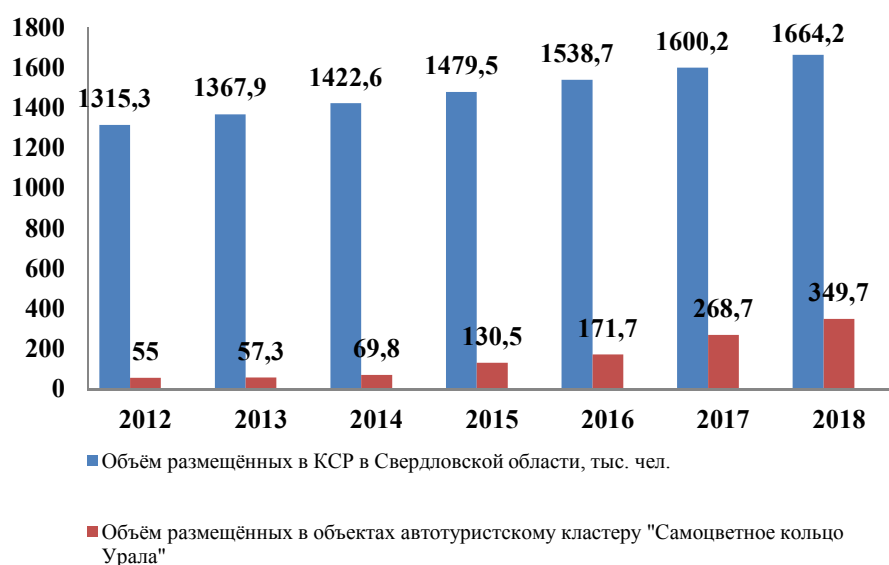


Рисунок 13 – Объем размещенных в КСР и только на территории кластера  
 Общий запланированный объем финансирования комплексной программы на 2015–2018 годы за счет всех источников финансирования составляет 2 361

248,2 тыс. рублей, в том числе федеральный бюджет – 346 649,1 тыс. рублей, областной бюджет – 49 954,2 тыс. рублей, местный бюджет – 199 561,5 тыс. рублей, внебюджетные источники – 1 511 083,4 тыс. рублей.

Объем фактического расходования средств комплексной программы за период с 2015 по отчетный период 2018 года составил 3 774 924,5 тыс. рублей (159,9% от плана), из них средства федерального бюджета – 314 639,8 тыс. рублей (99,3% от плана), областной бюджет – 86 285,4 тыс. рублей (552,5% от плана), местный бюджет – 222 643,2 тыс. рублей (110,9% от плана), внебюджетные источники – 3 151 356,1 тыс. рублей (208,5% от плана).

Расчет оценки эффективности реализации комплексной программы:

Эффективность (Е)

$$= \frac{\left(\frac{892,2}{799,6} + \frac{419,2}{332,2} + \frac{7}{18,8} + \frac{57480}{26402} + \frac{1300}{1850} + \frac{6454}{1363} + \frac{1301}{692} + \frac{1436,5}{548,5} + \frac{2155,4}{1059,9}\right) * 100}{9}$$

Исходя из расчетов получается, что эффективность реализации комплексной программы составила 188%.

Исходя из расчета оценки эффективности считаем реализацию комплексной программы эффективной, так как при сокращении финансирования из областного бюджета, а также переносе многих мероприятий, реализуемых за счет областного, местного бюджетов, а также внебюджетных источников, достигнуты достаточно высокие значения. Это говорит об эффективности вложенных средств в те проекты, которые реализованы.

*В качестве примера проекта по привлечению туристских потоков и созданию комфортной городской среды предлагается проект благоустройства одного из участков набережной р.Исети.*

Сегодня Екатеринбург серьезно нацелен на создание комфортных микроклиматических, санитарно-гигиенических и эстетических условий проживания на территории города.

По данным Федеральной службы государственной статистики в рейтинге российских городов-миллионников Екатеринбург находится в пятерке городов

по объему инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий. Екатеринбург стал центром деловых коммуникаций, создав практически с нулевой отметки «международную инфраструктуру», соответствующую современным стандартам. Прогресс в развитии Екатеринбурга очевиден, если учесть, что до 1991 года город был закрытым для иностранцев. Екатеринбургу и далее особенно важно развивать свою инфраструктуру – количество дипломатических миссий приближается к двум десяткам и здесь проживает большое количество топ-менеджеров зарубежных компаний. Проекты благоустройства городских территорий подобно предлагаемому проекту, могут быть успешно осуществлены при активном участии граждан и бизнес-сообщества. Бизнесу следует инициировать появление новых точек притяжения горожан и гостей города, с организацией, например, озеленения и локальных площадок отдыха на неосвоенных городских пространствах.

Для формирования современной городской инфраструктуры, «зеленой» рекреации необходимо проведение пошаговой реконструкции общественных территорий, в рамках которой планируется сформировать дорожно-тропиночную сеть с использованием экологичных устойчивых материалов; устроить велодорожки, пешеходные зоны, функциональные площадки; провести работы по омолаживанию дендрологического состава, установке светильников, оборудования и малых архитектурных форм, обеспечению доступности общественных территорий для маломобильных групп населения.

В качестве принципов возведения архитектурно-природных ансамблей в прибрежной зоне выделяются следующие аспекты.

- Гуманизация пространственной среды.
- Паритетность искусственных и природных компонентов.
- Биопозитивность.
- Создание единого градо-экологического каркаса.
- Архитектурно-планировочное решение «выхода города к воде».
- Эстетическая гармонизация.



- Экологическая устойчивость.
- Инвестиционная привлекательность.

Качество городской среды определяется способностью городов фокусировать творческий потенциал общества, создавать благоприятные условия для приобщения людей к различным формам городской жизни.

Комфортная городская среда обитания – это освоенное человеком пространство, позволяющее удовлетворять индивидуальные и социальные потребности населения. Для создания такой среды, формирующей повышение качества жизни людей, требуются скоординированные действия власти, экономики, социума, объединяющих сферы архитектуры, искусства, науки и дизайна.

Проекты благоустройства общественных территорий размещаются на городском портале. Один из проектов – архитектурно-ландшафтная композиция «Драккар», встроенная в структуру береговой линии с выполнением рекреационных, природоохранных, социально-культурных и оздоровительных функций.

Бюджет проекта представлен в (таблице 3.5).

Таблица 3.5 – Бюджет проекта, тыс. руб.

Задача	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Бизнес–проект	400,00	900,00	-	-	-	-	-
Разработка документации	-	600,00	-	-	-	-	-
Фундамент	-	2700,00	3000,00	-	-	-	-
Строительно-монтажные работы	-	-	-	2000,00	1100,00	1000,00	1100,00
Итого	400,00	3400,00	3000,00	2000,00	1100,00	1000,00	1100,00

Архитектурная композиция знака «Драккар» продолжает традиции формирования образа и панорамы Екатеринбурга, подкреплена выбором подходящих к территориальному контексту средств ландшафтной организации прибрежной территории, выступает одной из смысловых доминант городской среды. Композиция учитывает влияние природной доминанты (реки), других

«граничных пространств» (boundaryspaces), а также состав участников движения по данной территории.

В контексте комплекса первоочередных мероприятий общероссийского проекта «Формирование комфортной городской среды» установка памятного знака «Мужество первых» на выбранной для благоустройства территории – набережной реки Исеть приводит к позитивному изменению внешнего облика данной зоны, решению социокультурных потребностей горожан и гостей города.

Особое место при реализации локального проекта «Драккар» занимают следующие позиции:

- Благоустройство пустырей и заброшенных зон в черте муниципалитета.
- Формирование культурной ценности (идентичности) объекта.
- Создание инструментов софинансирования проектов благоустройства.
- Событийное наполнение благоустраиваемых пространств.
- Создание инфраструктуры для спорта и отдыха.
- Доступность элементов городской среды для маломобильных групп населения в зоне общественного пространства.
- Создание инструментов повышения экономики муниципалитета – поддержка уличной торговли, услуг (ярмарки выходного дня, выставок).
- Создание инструментов общественного контроля реализации проектов по благоустройству (принятие в муниципалитетах соответствующих порядков).
- Поощрение проектов по благоустройству, инициированных социумом и гражданами.
- Создание пешеходной инфраструктуры.

Проект по реконструкции гостиницы в центре города, которая является объектом культурного наследия, не эксплуатируется с 2012 года. Здание гостиницы построено в 30-е годы 20 века, высота здания 12 этажей, площадь объекта 7652 кв. метра. После реконструкции планируется полноценная работа

гостиницы с запуском 80-ти номер, размещение ресторана на мансарде, более того это будет объект культурного наследия архитектуры СССР.

Расположение в центре города обеспечивает по близости массу точек притяжения для отдыхающих: различные театры; культурно-исторические, религиозные центры; развлекательные парки и торговые центры.

Местонахождение гостиницы помимо плюсов имеет ряд недостатков и одним из них являются конкуренты. Расположение не только в культурном но и деловом центре города обеспечивает большой спрос на проживание. Наличие конкурентов с уже формировавшейся базой клиентов является недостатком, но наш объект сам является точкой притяжения как культурное наследие.

*Строительно-монтажные и проектные работы.*

Проектные работы разделены на две стадии:

- Проектная документация: пояснительная записка, проект организации строительства, смета на строительство, мероприятия по обеспечению пожарной безопасности.
- Рабочая документация: инженерные сети, схема планировочной организации строительства, схема по обеспечению пожарной безопасности, смета на строительство.

Затраты на проектные работы составят 4 050 000 рублей, отдельная разработка проектной документации для ресторана которая составит 1 324 800 рублей а также заработная плата куратора, проектировщика 107 526 рублей. Общая сумма затрат на данном этапе составит 5 482 326 рублей.

Проектно-изыскательные работы состоят из ряда комплексных этапов (приведенных в таблице 3.4):

Таблица 3.6 – Стоимость проектно-изыскательных работ

Наименование этапа	Стоимость, руб.
Предварительные работы	222 015
Историко-библиографические работы	257 045
Архитектурно-археологические обмеры	2 032 369
Инженерные исследования	5 382 000
Стадия эскизного проектирования	2 814 404

Государственная экспертиза	историко-культурная	909 842
Итого		11 617 674

Подводя итог по проектно-изыскательным работам общая сумма затрат составит 17 100 000 рублей. Покупка франшизы, строительные-монтажные работы и за комплексные услуги необходимы вложения в размере 436 140 тыс. рублей и итоговый объем вложений составит 453 240 тыс. рублей.

Далее в таблице 3.10 представлены капитальные вложения в реальном выражении и в номинальном выражении. Вложения в реальном выражении составят 453 240 тыс. руб., а в номинальном 502 965, 89 тыс. руб.

Проект учитывает уплату налогов, например: налог на прибыль, НДС, налог на имущество, НДФЛ.

Для финансирования привлечен заемный акционерный и кредит капитал, доля собственных средств 30%, заемных 70%. Движение собственного капитала представлено в таблице 3.7

Таблица 3.7 – Движение собственных средств

Вложения капитала	тыс. руб.	150 889,77
Взнос в уставной капитал	тыс. руб.	1000
Капитальные вложения	тыс. руб.	149 889,77

Для реализации проекта требуются заемные средства в размере 70% от всех инвестиций, что составит 352 076,12 тыс. руб. , срок кредита 10 лет под ставку 8.5%(таблица 3.8)

Таблица 3.8 – Заемный капитал

Заемный капитал	тыс. руб.	352 076,12
Капитальные вложения	тыс. руб.	352 076,12
Ставка	% / год	8,5
Остаток долга на начало периода	тыс. руб.	-

Остаток долга на конец периода	тыс. руб.	-
Проценты начисленные	тыс. руб.	180 897,50
Проценты уплаченные	тыс. руб.	180 897,50
Возврат долга	тыс. руб.	352 076,12
Суммарный платеж	тыс. руб.	532 973,62

Выручка будет генерироваться за счет деятельности гостиницы и сдачи в аренду площадей объекта. Формирование годовой выручки с учетом средней загрузки в 60% представлено в таблице 3.9

Таблица 3.9 – Формирование выручки

Деятельность		Цена	Кол-во	Выручка, тыс. руб.
Сдача в аренду		35 руб/м2	2100 м2	26 460,00
Основная деятельность	номер люкс	5 000	8	14 400,00
	номер стандарт	3 000	40	43 200,00

Годовая выручка составит 84 060 тыс. руб. без учета налога и затрат. После ввода в эксплуатацию и выплаты кредита объект сгенерирует с учетом меняющихся цен и инфляции выручку в размере 1 176 084 тыс. руб., с учетом уплаты НДС 980 070 тыс. руб. В таблице 3.9 представлен отчет о финансовых результатах. В котором показано распределение выручки по разным статьям расходов, чистая прибыль составляет 301 639,53 тыс. руб.

Таблица 3.11 – Отчет о финансовых результатах

Наименование показателя	Итого, по строке
(текст)	Тыс. руб.
Выручка	980 070,00
Себестоимость продаж	-179 624,24
Валовая прибыль (убыток)	800 445,76

Продолжение таблицы 3.11

Коммерческие расходы	-330 280,69
Управленческие расходы	-
Прибыль (убыток) от продаж	470 165,07
Доходы от участия в других организациях	-

Проценты к получению	-
Проценты к уплате	-90 937,03
Прочие доходы	-
Прочие расходы	-2 178,63
Расходы на организацию финансирования	-
Плата за резервирование	-
Плата за пользование лимитом	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	377 049,41
Налог на прибыль	-75 409,88
в т.ч.	-75 414,97
текущий налог на прибыль	0,00
отложенный налог на прибыль	5,08
Прочее (налоговый вычет)	-
Чистая прибыль (убыток)	301 639,53

Таблица 3.10 – Капитальные вложения

Капитальные вложения, тыс. руб.	Итого по строке, тыс. руб.	Январь 2022	Май 2022	Июль 2022	Октябрь 2022	Январь 2023	Май 2023	Июль 2023	Октябрь 2023
В реальном выражении	453 240,00	8 550,00	6 840,00	45 324,00	26 168,40	218 070,00	39 252,60	65 421,00	43 614,00
В номинальном выражении	502 965,89	9 003,14	7 350,55	49 473,36	28 712,36	242 240,25	43 763,65	73 193,52	49 229,06

Далее в таблице 3.12 представлены показатели эффективности по проекту.

Таблица 3.12 – Показатели эффективности

FCFF, тыс. руб.	627 993,88
WACC	9,6%
RE (доходность)	20%
Стоимость заемного капитала	8,50%
NPV, тыс. руб.	1 264 985,61
PB (лет)	5,3
PI	2,52
MIRR	24,28%

Анализируя показатели можно сделать вывод о том что инвестиции в проект будут эффективные. Большое значение чистого приведенного дохода к концу периода расчета, значение индекса прибыльности выше 1.

Реализация подобных проектов совместными усилиями частного и государственного партнерства положительно повлияет на изменение инвестиционного климата региона в туристской сфере и на развитие отрасли. Формирование комфортной городской среды и обеспечение безопасности для туристов остаётся приоритетной задачей.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сфера туризма занимает 9% от мирового ВВП, что означает высокий потенциал данной сферы деятельности, который является недооцененным в России и в Уральском регионе в частности.

Туризм в Свердловской области на протяжении долгого времени является потенциально прибыльной отраслью. Регион не ограничивается одним видом предоставляемых услуг в сфере туризма, а может предоставить целый спектр разнообразных предложений. Обладает большим потенциалом не только внутреннего, но и въездного туризма, регион способен предложить уникальный этнографический и производственный туризм.

Формирование инвестиционного климата в регионе будет первым шагом для построения целых кластеров, содержащих множество видов туризма. Это достижимо путем совместной работы инвесторов и правительства по достижению инвестиционного климата, так как при существовании необходимой инфраструктуры инвесторы смогут финансировать различные проекты без опасений. Формирование инвестиционного климата сможет привлечь инвесторов, что в свою очередь создаст множество рабочих мест, повлечет подъем смежных отраслей и улучшит благосостояние населения. Учитывая особенности инвестиционной деятельности в туризме возможно постепенное формирование уникальной туристской дестинации.

В данной работе все поставленные задачи выполнены, а цели достигнуты. В первой главе рассмотрены актуальные аспекты развития инвестиционного климата в сфере туризма. Далее во второй главе проведен анализ инвестиционной привлекательности уральского региона и сформулированы проблемы по результатам анализа.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасьев К. С. Государственное регулирование экономики как средство экономической политики: моногр. / Казеннов А. С., Попов М. В. Издательство Ленинградского университета Издательство ЛГУ им. А. С. Пушкина / – М.:2017. – 148 с.
2. Ахтариева Л. Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2014. – № 1. – С. 233–239.
3. Блау С.Л. Инвестиционный анализ: учебник для бакалавров / С.Л. Блау. – М.: Дашков и К, 2018. – 256 с.
4. Борисова, О. В. Инвестиционный анализ: учебник и практикум / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Л.В. Овешникова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 218 с.
5. Бурцева Т. А. К вопросу о методологии статистической оценки и мониторинга инвестиционной привлекательности территориальных хозяйственных систем // Территории инновационного развития: монография / под науч. ред. А. А. Сотникова. – М.: Гос. ун-т упр., 2010. – С. 135–171.
6. Валинурова, Л. С. Организация инвестиционной деятельности в отраслях промышленности: монография / Л. С. Валинурова. – М.: Палеотип, 2015. – 80 с.
7. Вилков И. Н. К вопросу о рейтингах инвестиционной привлекательности регионов // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. 2016. № 1(28). С. 90-97.
8. Вякина И. В. Инвестиционный климат региона: сущность и составляющие системы / И.В. Вякина, Г.А. Александров, Г.Г. Скворцова // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – № 16. – С. 98-103.
9. Гришина И.В. Инвестиционная привлекательность регионов России для частных инвесторов: новые результаты сравнительного анализа // Инвестиции в России. 2008. № 4. С. 3-13.

10. Гришина И.В. Оценка эффективности использования региональных конкурентных преимуществ для привлечения частных инвестиций // Инвестиции в России. 2008 . № 5 . С. 3-13.

11. Гришина И.В. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов: методика определения и анализ взаимосвязей / Гришина И.В. Шахназаров А.Г., Ройзман И. И // Инвестиции в России. 2001. № 4. С. 5-16.

12. Гусева К. Ранжирование субъектов Российской Федерации по степени благоприятности инвестиционного климата // Вопросы экономики. 2010. № 6. С. 90-99.

13. Гуськова Н.Д. Инвестиционный менеджмент: учебник / Н.Д. Гуськова, И.Н. Краковская, Ю.Ю. Слушкина, В.И. Маколов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2016. — с. 438

14. Егорова Л.И., Егоров М.В. Оценка инвестиционной привлекательности территорий и формирование их инвестиционных стратегий // Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 4.

15. Журова Л.И., Адрианова Д.Е. Оценка инвестиционной привлекательности российских регионов // Вестн. Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. №20. С. 50-58.

16. Зулькарнаев И.У. Институциональная перестройка экономики региона как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона / Башкирский гос. ун-т. Уфа, 2011. С. 11-13.

17. Изюмова О.Н. Экономическая сущность и природа инновационного потенциала и инвестиционной привлекательности региона / О.Н. Изюмова // УЭКС. — 2016. — №34 — С.30-55.

18. Инвестиции в России. 2019: Стат.сб./ Росстат. - М., 2019. — 228 с.

19. Инновационное развитие регионов: методы оценки и поддержка исследований: межвуз. сб. науч. статей. Пермь: Перм. гос. ун-т, 2009. С. 122.

20. Казанцев В.В. Методические подходы к рейтинговой оценке инвестиционной привлекательности регионов / В.В. Казанцев // Инновационная наука. – 2015. – №12-1 – С.120-122.
21. Киселева О. В. Инвестиционная привлекательность субъектов Российской Федерации: передел потенциала / Киселева О. В. Симбирский научный вестник. - 2016. - № 3 (25). - С. 109-113.
22. Коковихин А.Ю. Формирование и реализация инвестиционной политики: по материалам мониторинга инвестиционного климата Свердловской области в 2015-2017 годах: монография / А.Ю. Коковихин, Е.С. Огородникова, А.Е. Плахин. – М.: ИНФРА – М, 2017. – 363 с.
23. Корсакова М. М. Системный подход к оценке инвестиционного потенциала регионов и субъектов хозяйствования // Известия ТРТУ: тематический выпуск, 2014.
24. Котуков А.А. К вопросу исследования понятия «инвестиционный климат» // Проблемы современной экономики. 2008. № 4 (28).
25. Куприянов Д. Влияние иностранных инвестиций на экономический рост// Экономист – 2005 – № 9.
26. Куренкова А.С. Составляющие инвестиционного климата и методы его оценки // Российское предпринимательство, 2011. №6 вып. 1 (185). – С. 32-36.
27. Левченко Т. П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 162 с.
28. Литвинова, В. В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: монография / В. В. Литвинова. – М.: Финансовый университет, 2013. – 116 с.
29. Литвинова В. В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: к вопросу о дефинициях и оценке / В.В. Литвинова // Вестник Финансового университета. 2014.№1.– С.139-153.

30. Логунцова И.В. Инвестиционная привлекательность российских регионов: имиджевый аспект // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. Декабрь. № 21.
31. Мануйленко, В. В. Реализация методики оценки инвестиционной привлекательности региона и основные направления ее повышения / В. В. Мануйленко // Финансы и кредит. – 2012. – №17(497). – С. 42-49.
32. Марченко Г., Мачульская О. Рейтинг инвестиционной привлекательности российских регионов // Эксперт. 2004. 29 ноября. № 45 (445).
33. Матраева Л.В. Методология статистического анализа инвестиционной привлекательности регионов РФ для иностранных инвесторов: Монография / Л.В. Матраева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 312 с.
34. Моисеев, В.В. Инвестиционный климат и проблемы иностранных инвестиций в России: монография / В.В. Моисеев. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 417 с.
35. Найденков В.И., Инвестиции. Учебное пособие. – М.: Дело, 2009 – 114 с.
36. Новый экономический словарь // под ред. А.Н. Азрилияна. М.: Институт новой экономики, 2006. С. 323.
37. Огородников П.И. Сравнительный анализ методик оценки инвестиционной привлекательности отдельных экономических систем / П.И. Огородников, О.Б. Матвеева, И.В. Крючкова, В.Ю. Чиркова // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2014. – № 3. – с. 194-196.
38. Панина, Д. Д. Рейтинговые методики оценки инвестиционной привлекательности субъектов РФ / Д. Д. Панина. – М.: Международный молодежный научный форум «Ломоносов 2018», 2018. – С. 167-170.
39. Панина, Д. Д. Сущность и взаимосвязь понятий «инвестиции» и «инвестиционная привлекательность» / Д. Д. Панина. – М.: Международная

научно-практическая конференция «Региональные детерминанты и закономерности развития экономики», 2018. – С. 162-166.

40. Подшиваленко Г.П, Киселева Н.В. Инвестиционная деятельность: Учебное пособие / М.: ЮНИТИ, 2005. – 138 с.

41. Протасов, А. Е. Инвестиционный потенциал региона: состояние, проблемы, перспективы / А. Е. Протасова. – М.: Вестник Бурятской государственной сельскохозяйственной академии им. В. Р. Филиппова, 2015. – № 2 (39). – С. 120-125.

42. Ройзман И.И. Динамика инвестиционной привлекательности и инвестиционной конкурентоспособности российских регионов в среднесрочной перспективе // Инвестиции в России. 2008. № 9. С. 3-13.

43. Ройзман И.И. Современная и перспективная типология инвестиционного климата российских регионов // Инвестиции в России. 2013. № 3. С. 9-11.

44. Ройзман И.И. Современная и перспективная типология инвестиционного климата российских регионов / И.И. Ройзман // Инвестиции в России. 2006. № 3. С. 3-15.

45. Семина Л.А. Инвестиционная привлекательность: теоретический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 14 (195). – С. 17–19.

46. Сивелькин В.А. Статистическая оценка инвестиционного климата на региональном уровне / В.А. Сивелькин // Вопросы статистики. 2003. № 11. С. 64-68.

47. Толкаченко О.Ю. Классификация подходов к определению инвестиционной привлекательности предприятия / О.Ю. Толкаченко // Транспортное дело России. 2010. № 4.

48. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А.Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2002. С. 359.

49. Чурилова Е.Е., Овчинникова О.П. Методы оценки инвестиционного климата региона // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 9 (28). – С. 94–97.

50. Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма :учеб. пособие для студ. высш. проф. учеб. заведений // В.С.Боголюбов, С.А. Быстров, С.А.Боголюбова. — М. : Издательский центр «Академия», 2009. — 272 с.

51. Юзвович Л.И. Инвестиции : учебник для вузов / под ред., С.А. Дегтярева, Е.Г. Князевой. – Екатеринбург: Урал. Ун-та, 2016. – 543 с.

52. Янгульбаева Л.Ш. Сущность и экономическое содержание инвестиционной привлекательности региона // Terra Economicus. – 2012. – Т. 10, № 3-2. –С. 143–148.

53. Jansirani S., Mangai (2013), "Industrial tourism: An Introduction", IOSR Journal of Business and Management", Vol. 9 No. 4, pp. 12-14.

54. World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone(World Development Report) // The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 2004. P. 2.

55. Российская Федерация. Постановление. Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года : фед. постановление № 488-ПП [утверждено постановлением Правительства Свердловской области от 01.08.2019] – URL : <http://mir.midural.ru/sites/default/files/files/488-pp.pdf> (дата обращения 04.05.2021).

56. Распоряжение правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» - URL : <https://clck.ru/Tw8oR>

57. Инвестиционный портал Свердловской области : офиц. сайт. – обновляется в течении суток. – URL : <https://invest-in-ural.ru/> (дата обращения: 11.03.2021).

58. Сайт Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016-2030 годы. – URL : <http://strategy2030.midural.ru/> (дата обращения 05.05.2021).

59. Кондюкова Е. С. Развитие инвестиционного климата Среднеуральского региона России / Кондюкова Е.С., Прудников Д. А., Рыженькина Н. В. – **Текст электронный** // Бенефициар. – 2020. - № 84. – С. 10. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44709264> (дата обращения: 11.03.2021).

60. Кондюкова Е.С. Раскрытие туристического потенциала моногорода – фактор пространственного развития / Кондюкова Е.С., Прудников Д. А., Рыженькина Н. В. – **Текст электронный** // Бенефициар. – 2020. - № 85. – С. 8. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44697484> (дата обращения: 11.03.2021).