



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ЕСТЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ГЕОГРАФИИ И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ ГЕОГРАФИИ

Приоритетные направления развития внутреннего туризма в  
Российской Федерации в период с 2014 по 2017 год

Выпускная квалификационная работа  
по направлению 44.03.05 Педагогическое образование  
Направленность (профиль) программы бакалавриата  
«Экономика. География»

Проверка на объем заимствований:

74,42 % авторского текста

Работа рекомендована к защите  
«01» июня 2018 г.

зав. кафедрой географии и МОГ  
[подпись] Малаев Александр  
Владимирович

Выполнил:

Студент группы ОФ-501/069-5-1  
Лавко Кирилл Дмитриевич [подпись]

Научный руководитель:

к.г.н., доцент  
[подпись] Малаев Александр  
Владимирович

Челябинск  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	2
ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	6
1.1. Определение и классификация туризма .....	6
1.2. Понятие туристско–рекреационных ресурсов .....	9
1.3. Туристский бизнес в России, специфика его развития на современном этапе .....	13
Выводы по первой главе .....	21
ГЛАВА 2. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД С 2014 ПО 2017 ГОД .....	22
2.1. Анализ стратегии развития внутреннего туризма в Российской Федерации на период до 2020 года .....	22
2.2. Кластерный анализ территории по потенциалу развития внутреннего туризма в период с 2014 по 2017 год .....	26
2.3. Тенденции развития туризма в Челябинской области. Проблемы и перспективы .....	34
Выводы по второй главе .....	40
ГЛАВА 3. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ ИССЛЕДОВАНИЯ В ШКОЛЬНОМ КРУСЕ ГЕОГРАФИИ .....	41
3.1 Внеклассное мероприятие ««Региональные особенности развития туризма. Развитие туризма в моем крае» .....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	52
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	54
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	57

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

В настоящее время индустрия туризма в мире является одной из наиболее динамично развивающихся сфер в торговле услугами.

**Актуальность темы исследования.** Значение туризма в мире постоянно растет, что связано с возросшим влиянием этой сферы на экономику. Туризм является существенным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу. Кроме этого туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства. В нашей стране в настоящее время в целом постепенно формируется реалистичный подход к туризму и понимание его как сферы экономики, обладающей значительными выгодами для социально-экономического развития регионов России. Потенциал туристской сферы в России неоднозначен, так наряду с имеющимися очевидными преимуществами - богатейшее культурно-историческое и природное наследие нашей страны в сочетании с фактором неизведанности - сфера туризма в России имеет и свои конкурентные слабости - недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны - которые мешают развитию туристской отрасли. Поэтому важным и имеющим практическое значение является изучение приоритетных направлений развития туризма в России.

Системная проблема состоит в том, что при сохранении сложившегося уровня конкурентоспособности России на мировом туристском рынке

возможности развития отечественного туристского рынка будут недостаточными для повышения уровня жизни и увеличения занятости населения, удовлетворения растущего спроса на качественные туристские услуги.

**Объект исследования** – внутренний туризм Российской Федерации.

**Предмет исследования** – динамика развития приоритетных направлений внутреннего туризма России в период с 2014 по 2017 год.

**Цель работы** – изучить основные виды внутреннего туризма в России, определить приоритетные направления его развития в будущем.

**Задачи:**

- охарактеризовать основные виды внутреннего туризма в Российской Федерации;
- определить приоритетные направления развития внутреннего туризма России в период с 2014 по 2017 год;
- разработать методические рекомендации по использованию полученных результатов в школьном курсе географии.

Основная гипотеза состоит в том, что России присущ потенциал для формирования конкурентоспособного туристского рынка. Эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках и носящая агрессивный характер, позволит сделать туризм доходной составляющей всей экономики России.

**Методы исследования:** сравнительный, анализа и синтеза.

**Научная новизна** - заключается в определении перспективных направлений развития внутреннего туризма на территории Челябинской области.

**Практическая значимость работы** - материал может использоваться в школьном курсе географии с 9 по 11 классы, для расширения предметных компетенций обучающихся в области социально-экономической географии.

**Структура работы** - работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения. Объем работы – 64 страницы. Количество использованных источников – 23.

# ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1.1. Определение и классификация туризма

Туризм – временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника[8].

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок.

Классификация туризма – выделение внутренне однородных таксонов туристской деятельности по принятым основаниям.

Вид туризма – результат классификации туризма по тем или иным основаниям.

Классификация туризма:

- по числу участников путешествия (индивидуальный, групповой, семейный);
- по региону отдыха (национальный, международный);
- по рынку (внутренний, иностранный);
- по способу организации (неорганизованный, организованный, самостоятельный);
- по цели (релаксационный (отдых), реабилитационный (санаторный), рекреационный);
- по возрасту (детский, молодежный, среднего возраста, третьего возраста);

- по способам передвижения (автомобильный, автобусный, водный, пешеходный, железнодорожный, верховой и т.д.);
- по роду основной деятельности (деловой, познавательный, спортивный, экологический, конгрессный и т.д.);
- по основным используемым природным ресурсам (горный, морской, лесной, речной, купально-пляжный, лечебный);
- по характеру территории (континентальный, приморский, островной);
- по источникам финансирования (коммерческий, социальный);
- по способу размещения туристов (гостиничного типа, не гостиничного типа);
- по дальности поездки (ближний, дальний);
- по продолжительности путешествия (краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный);
- по ритмичности туристских потоков (сезонный, круглогодичный).

Чтобы классификация туризма была более полной, Всемирная туристская организация предлагает классифицировать туризм по следующим типам:

- внутренний туризм – путешествия жителей какого-либо региона по этому региону;
- въездной туризм – путешествия по какой-либо стране лиц, не являющихся ее жителями;
- выездной туризм – путешествия жителей какой-либо страны в другую страну.

В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:



Рис.1 Виды туризма[8]

Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.

Лечебно-оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных болезней. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

Познавательный (экскурсионный) туризм включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес поездки, конгрессно-выставочный туризм и инсентив туризм (incentive - стимул, побуждение). Инсентив туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20 % в международном туристском объеме.

## 1.2. Понятие туристско–рекреационных ресурсов

Под рекреационными ресурсами понимают - совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта. Как правило, рекреационные ресурсы определяют

формирование туристского бизнеса в том или ином регионе. Эти ресурсы имеют следующие основные свойства: привлекательность (аттрактивность), климатические условия, доступность, степень изученности, экскурсионная значимость, социально-демографические характеристики, потенциальный запас, способ использования и др., данные ресурсы используются в оздоровительных, туристских, спортивных и познавательных целях.

Рекреационные ресурсы условно можно подразделить на природные и социально-экономические (социально-культурные)[6].

Природные ресурсы туризма классифицируют:

- по принадлежности к определенным компонентам природной среды (климатические, водные, лесные и т. д.).
- по функциональному назначению (оздоровительные, познавательные).
- по иссекаемости (иссекаемые: объекты охоты, рыбалки и неиссекаемые: солнце, морская вода).
- по возобновляемости (возобновляемые: растения, животные и не возобновляемые: лечебные грязи, памятники культуры).

Социально-экономические ресурсы включают:

- культурно-исторические объекты (памятники и памятные места, музеи, архитектурные ансамбли).
- культурно-исторические явления (этнографические, религиозные).
- экономические (финансовые, инфраструктурные, трудовые).

Несмотря на свою социально-гуманную роль туризм видоизменяет окружающую среду. Снижение ущерба индустрии туризма окружающей среде регулируется на государственном и международном уровнях за счет экологического просвещения, налогового регулирования, ограничения туристско-рекреационной нагрузки на природные ресурсы и т. д.

Таким образом, рекреационные ресурсы рассматриваются как один из факторов развития туризма и основа для планирования производства туристского продукта.

Туристские ресурсы – «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» (ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4 октября 1996 г.)[1].

В структуре туристских ресурсов выделяют несколько составляющих: природную, социально-культурную, технологическую и событийную, которые, в свою очередь, разделяются на ряд компонентов со своим строением. Природные и общественные ресурсы формируют группу «материальные туристские ресурсы», событийные и большинство технологических (информационные, рекламные и инновационные) объединяются в группу «нематериальные туристические ресурсы».

Природные, общественно-исторические комплексы и события существуют как природные и антропогенные образования, проявления общественной жизни, которые, ввиду отсутствия спроса, не имеют характера туристских ресурсов (например: природный пляж как геоморфологический элемент морского берега, монастырь как элемент сакральной системы, спортивные соревнования как составляющая физической культуры).

Возникновение рекреационно-туристского спроса требует изучения возможностей использования и оценки природных, общественно-исторических комплексов и событий (в данном примере природный пляж оценивается с точки зрения качества пляжно-купального отдыха, монастырь - как общекультурная и духовная ценность, спортивное соревнование - с позиции качества зрелища и его привлекательности; в силу действия).

В силу действия общественных потребностей и вложения капитала, к использованию в рекреационно-туристской деятельности привлекаются абсолютно преобладающие природные, общественно-исторические комплексы и события, которые становятся ресурсами (пляж превращается в природный объект, который удовлетворяет потребность в активном отдыхе,

приеме солнечных ванн на морском побережье, монастырь становится местом паломничества и экскурсионного посещения, спортивное соревнование - местом реализации отдельных социальных потребностей, при этом, прежде всего, привлекаются объекты и явления с наилучшим соотношением качества, зрелищности, и транспортной доступности);

Увеличение объемов рекреационно-туристического спроса приводит к переходу худших по качеству и свойствам событий, природных и социально-культурных комплексов в класс ресурсов. При этом улучшается качество природных и создаются искусственные пляжи, подводятся дороги и реставрируются заброшенные монастыри, организуются экскурсионные туры к труднодоступным святыням, организуется большее количество спортивных соревнований меньшего[5].

Наиболее важными количественными и качественными характеристиками туристских ресурсов являются:

- Объем запасов (источники минеральных вод, экскурсионный потенциал туристских центров и маршрутов), необходимый для определения потенциальной емкости туристских комплексов, уровня освоения, оптимизации техногенной и антропогенной нагрузки;

- Площадь распространения (размеры водоносных горизонтов, пляжей, лесов, площадь территорий с устойчивым снежным покровом), которая позволяет определить потенциальные рекреационные угодья, установить границы санитарной охраны;

- Период возможной эксплуатации (длительность благоприятного погодного-климатического периода, купального или лыжного сезона), который определяет сезонность рекреационных процессов и ритмичность туристических потоков;

- Территориальная сосредоточенность в местах возникновения или распространения, которая обуславливает притяжение туристской инфраструктуры и туристских потоков в места их концентрации;

- Сравнительно низкая капиталоемкость и невысокая стоимость эксплуатационных затрат, что позволяет достаточно быстро создавать инфраструктуру и получать социальный и экономический эффект, а также самостоятельно использовать отдельные виды ресурсов;

- Многократность использования при соблюдении норм рационального природопользования и проведение мероприятий по рекультивации и благоустройству;

- Универсальность, которая позволяет использовать один и тот же ресурс для организации различных видов рекреационно-туристской деятельности;

- Массовость, уникальность, информативность и доступность, от которых зависит мощность туристских потоков и возможность создания инфраструктуры;

- Социальность - независимо от происхождения и использования, туристские ресурсы характеризуются «целевым назначением» - улучшение социальных параметров в обществе.

### 1.3. Туристский бизнес в России, специфика его развития на современном этапе

Туристический бизнес является самой динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран. Мировая практика свидетельствует, что туристский бизнес по доходности и динамичности развития уступает лишь добыче и переработки нефти[17].

Для России развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких

масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.

В ряде стран разрабатываются государственные программы стимулирования въездного туризма, предусматривающие льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований и развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров и т.д.

Но не везде туризм развит. Многие страны еще пытаются достичь соответствующего уровня, в частности Россия.

Сегодняшнее состояние российской туристической отрасли можно определить как «состояние неустойчивого равновесия». Не секрет, что нынешний туристический бизнес существует как «полутеневой», с нечеткими правилами взаимодействия как между профессиональными участниками туррынка, так и с государством[15].

Россия теряет миллиарды рублей, отказывая туризму в поддержке, кроме того, теряются сотни тысяч потенциальных рабочих мест. Известно, что для обслуживания одного иностранного туриста требуется около девяти человек. Тем не менее, туризм - один из немногих развивающихся видов отечественного бизнеса. Геополитическое положение России как части европейского, так и азиатского континента является именно тем фактором, который позволяет сохранить ее туристскую самобытность и привлекательность для туристов всего мира. Россия сегодня интересна туристам из любой страны, т.к. она является местом преломления и взаимопроникновения европейской и азиатской культур. Правда, несмотря на продолжающийся рост туристической активности в России, влияние

индустрии туризма на экономику страны пока незначительно. Оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается в основном, отсутствием реальных инвестиций, низким уровнем гостиничного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест, дефицитом квалифицированных кадров - все это привело к тому, что в настоящее время на нашу страну приходится менее 1% мирового туристического потока, в то время как доля туризма во многих развитых странах составляет 5-15%, а в некоторых доходит до 50%.

В России туристский бизнес развивается преимущественно с ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих турфирм предпочитают заниматься направлением соотечественников за рубеж, и лишь не большая их часть работает на привлечение гостей в Российскую Федерацию. Однако за последние годы наметилась тенденция переориентации на въездной туризм[12].

По данным Госкомстата России в первом полугодии 2015 года Российскую Федерацию посетило 14 млн. 56,7 тыс. иностранных граждан, что на 26% превышает показания аналогичного периода прошлого года. Из стран дальнего зарубежья прибыло 340,2 тыс. человек, на 10,1% больше, чем год назад.

Современное развитие туризма в России характеризуется наличием глубоких противоречий в его организационной структуре, в направленности развития, в состоянии качественных и количественных характеристик.

С одной стороны, современное состояние туризма в России расценивается как кризисное, связанное с резким падением достигнутых ранее объемов предоставления туристских услуг, сокращением материальной базы туристской отрасли и значительным их несоответствием потребностям населения в туристских услугах.

С другой стороны, отмечаются высокие темпы строительства туристских объектов, отвечающих самым высоким мировым стандартам.

Значительное увеличение выездов россиян в зарубежные поездки, рост числа туристских организаций по всей территории России.

По прогнозу Всемирной Туристской Организации к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран – самых популярных направлений туризма. По оценке экспертов ВТО, Российская Федерация занимает 9 место в мировой классификации по посещаемости иностранцами, что составляет 2.5% мирового рынка въездного туризма. До кризиса туризм был одной из наиболее доходных и динамично развивающихся отраслей российской экономики, причем развивающийся, практически, без государственного участия. По данным Всемирной туристской организации по доходам от туризма Россия в 2014 году заняла 9 место в мире, опередив Грецию, Турцию, Бельгию и Нидерланды. По усредненным оценкам разных организаций, из-за отсутствия статистических данных по туристскому бизнесу в России за последние годы, к началу 2016 года в России насчитывалось 9-12 тыс. туристских организаций. Число людей прямо или косвенно занятых в системе услуг гостеприимства (с учетом сотрудников туристских фирм, гостиниц, аэропортов, транспортных компаний, музеев, кафе, ресторанов и т.д.), достигло 8 млн. человек. Объем услуг, предоставленных иностранным туристам в России в прошлом году, оценивается, как минимум, в 1 млрд. долларов (расходы туристов на проживание в гостиницах и других средствах размещения, питание, экскурсионное обслуживание, культурно-зрелищные мероприятия, сувениры и т.д.)[13].

В настоящее время Россию посещает порядка 17,5 млн. иностранцев в год (в т.ч. с целью туризма только 2,5 млн. чел. в год- 14,3% от общего объема). В этих условиях абсолютно правильно делать ставку на развитие туризма, как фактор, способный решить не только многие социально-экономические проблемы страны, но и обеспечить определенное положение России в ряду наиболее привлекательных для туристов стран мира[12].

Для решения этих проблем российское правительство 28 июля 2011г. утвердило разработанную ГКФТ России Федеральную программу развития туризма в российской Федерации. Программа будет проводиться в два этапа. Первый этап рассчитан на вывод туризма из состояния структурного кризиса, формирования правовых и организационных механизмов его защиты, а так же предполагает развитие материальной базы в рамках реконструкции и завершения строительства туристских объектов, расположенных в районах с наиболее высоким туристским потенциалом.

Таким образом, у России есть большой потенциал развития туризма, но для этого нужна огромная поддержка государства причем, поддержка реальная в виде льгот и инвестиций.

Должна осуществляться целенаправленная программа мероприятий по поддержке государством туризма. Данная поддержка должна проводиться в 2-х направлениях. Первое направление должно затрагивать систему фискальных мероприятий обеспечивающих прямое или косвенное лоббирование экономических интересов турфирм. Второе направление- это создание социальных условий для развития туризма.

По мнению зарубежных экспертов, Россия могла бы принимать в год 70 - 80 млн. человек в год, что позволило бы стране ежегодно получать около 25 млрд. долларов США, причем большую часть в свободно конвертируемой валюте[11].

В иностранном туризме выделились две составляющие:

- 1) обмены с бывшими республиками СССР (страны СНГ и Балтии);
- 2) обмены со странами дальнего зарубежья.

Обмены со странами СНГ и Балтии занимают лидирующее положение в иностранном туризме РФ. Основные цели поездок россиян в эти страны частные, т.к. сохранились родственные связи населения. Организованный туризм развит слабо, в силу того, что в экономиках бывших республик СССР происходят аналогичные процессы, цены на туры находятся на уровне мировых, а качество услуг далеко от международных стандартов.

Распределение потоков по целям в страны дальнего зарубежья и из них в Россию более равномерно.

Структура выезда и въезда по регионам мира изменилась незначительно. Большинство обменов по-прежнему происходит со странами Европы. Основными европейскими партнерами России по туризму в основном являются крупные фирмы, например, немецкие TUI и LTU. TUI обслужила 8,6 млн. клиентов на 10,6 млрд. немецких марок, LTU - соответственно 6,1 млн. и 6,9 млрд. Это обстоятельство ставит отечественных туроператоров в зависимость от иностранных партнеров, заставляет соглашаться на менее выгодные условия сделок и на оплату услуг дополнительного звена посредников, что ведет к повышению цен на турпродукт.

Коренные изменения произошли в структуре потоков по странам дальнего зарубежья.



Рис. 2 Основные партнеры России по туризму[7]

Независимо от целей поездок они входят в 10 основных стран выезда граждан РФ. Необходимо отметить также, что организованные туристские

поездки в основном представляют «челночные» туры, основу программы которых составляет посещение магазинов и оптовых баз.

Развитие «челночного» туризма в России объясняется тем, что в сложившейся экономической ситуации в стране в наиболее тяжелые условия наряду с отраслями инвестиционного комплекса, производителями промышленной продукции попали и производители потребительских товаров. В результате произошло дальнейшее нарастание дефицита товаров народного потребления, и их импорт стал приносить большие прибыли. Кроме того, на территории РФ действует упрощенный порядок перемещения физическими лицами товаров через границу, не предназначенных для производственной деятельности. Это способствует формированию значительного числа шоп-туров (60 % от всех путешествий в страны дальнего зарубежья).

Российские «челноки» ездят в основном в Китай, Турцию, Польшу и Финляндию, поэтому именно эти страны лидируют в списке основных стран выезда граждан РФ с целью туризма.

За годы существования «челночный» бизнес пережил ряд постановлений, ограничивающих его возможности. Но до сих пор остается достаточно доходным видом деятельности. Сегодня «шоп - туры» соединяют в себе помимо коммерческих и рекреационные цели, и это является позитивным изменением.

Туризм стал отраслью, не мобилизующей валютные поступления в страну, а каналом утечки валюты. В расчете на одного посетившего Россию приходится 660 долларов, а на одного выехавшего - 1142, или в 1,7 раза больше[14].

Таким образом, за годы перемен туристская отрасль страны существенно изменилась. Наибольшее развитие получила посредническая и торговая деятельность в туризме, обслуживающая в основном зарубежных операторов. Большинство созданных за последние годы турфирм занимаются именно этим видом деятельности, приносящим наибольшие прибыли. Даже

те туристские предприятия, которые в недавнем прошлом осуществляли только операторскую деятельность (производственную), теперь существуют в большей мере за счет агентской деятельности. Поэтому в наиболее тяжелом состоянии оказался въездной и внутренний туризм.

В условиях формирования и становления рыночных отношений в России развитие туристского бизнеса происходит под влиянием позитивных и негативных факторов. Первые способствуют активизации деятельности на рынке туристских услуг. К ним относятся:

- разрушение государственной монополии и формирование частной собственности на средства производства;
- формирование связи производства и потребления через платежеспособный спрос;
- баланс движение и совершенствование факторов производства под воздействием спроса;
- усиление конкуренции на рынке;
- либерализация внешнеэкономической деятельности.

Негативные приводят к неравномерности в развитии и усугубляют кризисные явления. Основными из них являются следующие:

- стремительное разрушение экономико-организационной системы, существовавшей долгое время в туризме;
- отсутствие продуманной государственной политики развития и регулирования туризма в новых условиях, основанной на комплексном анализе рынка и механизма, координирующего деятельность всех предприятий туристского сектора экономики;
- недооценка общих закономерностей развития рынка туристских услуг и специфики предлагаемого на нем продукта;
- нехватка кадров высокой квалификации в туристском бизнесе.

Для выравнивания ситуации на рынке туристских услуг России, на наш взгляд, в настоящее время необходимо:

- проведение комплексного исследования рынка туристских услуг на региональных уровнях и внешняя оценка финансово-экономического состояния туристского бизнеса;
- широкое внедрение наиболее прогрессивных методов и форм маркетинга на различных хозяйственных уровнях;
- разработка гибких и открытых программ развития туризма в стране в целом и в регионах с учетом их специфики;
- активизация деятельности общественных объединений предприятий туризма и туристского комплекса в целом для поддержки малого бизнеса и облегчения его маркетинговых функций.

### Выводы по первой главе

На основании рассмотренного теоретического материала было выявлено, что на территории Российской Федерации получили развитие основные виды внутреннего туризма такие как: событийный, паломнический, экологический, сельский, круизный, оздоровительный, деловой, культурно – познавательный.

Туристический бизнес является самой динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран.

Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

## ГЛАВА 2. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД С 2014 ПО 2017 ГОД

### 2.1. Анализ стратегии развития внутреннего туризма в Российской Федерации на период до 2020 года

В настоящее время в Российской Федерации большое внимание уделяется государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма. Президент России В.В. Путин в Перечне поручений от 30.07.2013 г. Пр-1814 указал на необходимость разработки и утверждения долгосрочной комплексной стратегии развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации и привел основные вопросы, решение которых необходимо отразить в стратегии[3].

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны, там же определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма.

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований и общества. Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Развить и максимально реализовать его – основная задача настоящей Стратегии.

Разнообразие туристских ресурсов нашей страны позволяет развивать множество видов въездного и внутреннего туризма:



Рис. 3 Виды туризма и их доля на российском рынке [20]

К сегодняшнему моменту проделана большая работа в сфере развития туризма. Стали доступными для туристов такие перспективные районы, как Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова, Урал, Север России, а также Нижний Новгород, Самара и другие территории, закрытые ранее для иностранных граждан. Регулярно проводятся международные отраслевые выставки, форумы по различным перспективным для России видам туризма, созданы профессиональные образовательные стандарты, идет работа по формированию положительного имиджа страны как туристского направления. Серьезная работа проделана для организации проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи 2014. Таким образом, можно сказать, что сфера туризма в последние годы развивается стабильными темпами. На сегодняшний момент стоит задача не только сохранить достигнутые результаты, но и усовершенствовать качественные стороны организации внутренних и въездных туристских программ, создать условия для

максимизации положительного социального эффекта от развития туризма в стране [21].

С 2002 по 2005 гг. в России реализовывалась Концепция развития туризма, одобренная распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2002 года №954-р, затем в 2008 году была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года и план мероприятий по её реализации. Данные стратегии выполнили свои задачи.

Настоящая Стратегия является неотъемлемой частью Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 и полностью коррелирует с задачами Государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы. Также разработанная Стратегия логически продолжает плановые документы, реализуемые в сфере туризма в предыдущие годы, полностью учитывает мировые тенденции и современное состояние отрасли в контексте текущих и перспективных задач государственного управления в сфере культуры, патриотического воспитания молодежи, социального обеспечения граждан, физической культуры и спорта, образования, содействия занятости и сохранения природных и культурно-исторических ресурсов нашей страны.

В соответствии с положениями настоящей Стратегии разработан План мероприятий по ее реализации на перспективу до 2020 года, являющийся неотъемлемой частью Стратегии.

Настоящая Стратегия закладывает основу для понимания перспективных задач, стоящих перед отраслью и становится инструментом формирования планов работы органов исполнительной власти и участников турбизнеса всех уровней, ориентации предпринимательской инициативы граждан в сфере туризма.

Главная цель Стратегии – комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учётом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах России.

Среди основных задач – формирование доступной и комфортной туристской среды, повышение качества и конкурентоспособности российского туристического продукта на внутреннем и мировом рынках, развитие социального, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодёжного туризма, усиление его культурно-познавательной функции, а также обеспечение роста экономики и качества жизни населения российских регионов за счёт развития туризма.

Предполагается внедрение механизмов государственно-частного партнёрства, кластерный подход при создании объектов туристской инфраструктуры, координация региональных программ развития туризма.

В Стратегии развития туризма до 2020 года предусмотрено:

- совершенствование системы государственного статистического наблюдения и введение широкого спектра качественных показателей туристских потоков;

- определение приоритетных направлений развития отдельных видов туризма на основе исследований потенциального спроса, а также анализа основных мировых туристских потоков;

- развитие доступной и комфортной туристской среды, включающей в том числе унифицированную систему навигации и ориентирующей информации для туристов;

- создание сети отелей, соответствующих международным стандартам, с использованием механизмов государственно-частного партнёрства, проведение обязательной классификации объектов туристской индустрии;

- координация региональных программ развития туризма в целях единого продвижения туристских продуктов как внутри страны, так и за рубежом;

- совершенствование нормативно-правового регулирования в части унификации требований к деятельности гидов, экскурсоводов, переводчиков и организаций, оказывающих услуги туристам, включая транспортные услуги.

Минкультуры России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти поручено в трёхмесячный срок представить в Правительство проект плана мероприятий по реализации Стратегии.

## 2.2. Кластерный анализ территории по потенциалу развития внутреннего туризма в период с 2014 по 2017 год

Индустрия туризма России может быть охарактеризована как устойчивая совокупность компонентов, участвующих в процессе оказания туристских услуг населению. Россия существенно отстает в развитии туризма от других стран: доля туристских услуг в валовом внутреннем продукте России составляет лишь около 1,5% - 306,4 млрд. руб. (11,3 млрд. долл.), в то время как во Франции - примерно 33,5 млрд. долл., Испании - 36,7 млрд. долл., а в США - 80,7 млрд. долл.

Россия обладает мощнейшими природно-климатическими, социально-экономическими, культурно-историческими туристскими ресурсами. На их основе можно создать уникальную туристскую индустрию, отвечающую современным требованиям, сформировать конкурентоспособные туристские продукты и успешно развивать внутренний туризм[2].

Неразвитость внутреннего туризма автоматически ведет к ограничению возможности приема и зарубежных гостей. Средства размещения, туристская инфраструктура едины для отечественных и зарубежных туристов.

Услуги внутреннего туризма должны быть доступны для всех слоев населения. В этом случае появляется стимул для расширения сектора потребительских услуг, повышения их конкурентоспособности, что позволит обеспечить экономический рост в России не только за счет сырьевых отраслей экономики.

В настоящее время население со средним доходом, сравнив стоимость внутреннего и выездного туризма, выбирают второй по причине

оптимального сочетания «цена-качество» туристских услуг, предлагаемых зарубежными фирмами.

По данным Росстата, в 2017 году базовый выездной пакет в страны пляжного отдыха вырос примерно на 7%, а внутренний туристский продукт, в среднем, подорожал почти на 23%. Причинами значительного постоянного увеличения стоимости туристских услуг в России являются:

- слабая инфраструктура: недостаточное количество гостиниц, баз отдыха и других средств коллективного размещения туристов;
- монополизм в транспортной сфере и ежегодный рост тарифов на железнодорожные и авиационные билеты;
- узкоспециализированное развитие и понимание роли туристской индустрии: не использованы резервы для развития таких видов туризма, как научный, деловой, образовательный, медицинский, культурно-познавательный;
- слабое использование природного потенциала всех регионов России, прежде всего, территории Сибири.

Одним из современных инструментов решения данных проблем должно быть формирование туристских кластеров.

Кластеры представляют собой сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности. Для всей экономики государства кластеры выполняют роль «точек роста» внутреннего рынка.

Особенности кластеров по сравнению с другими формами организации заключаются в следующем:

- необычно широкий состав участников;
- географический размер кластера может варьироваться от масштаба города до уровня страны или группы соседних стран;
- наличие синергетического эффекта;
- гибкость и динамичность функционирования;

· конкурирующие фирмы идут на сотрудничество в целях реализации потенциала территории и ее конкурентных преимуществ.

Кластерные формы организации деятельности присутствуют в различных отраслях.

Туристский кластер - это совокупность организаций и фирм, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах. Основной целью кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного туристского комплекса.

Формирование туристского кластера способствует созданию современного конкурентоспособного туристского комплекса. Его функционирование обеспечивает широкие возможности для обеспечения занятости местного населения и удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах. Внесение значительного вклада в развитие экономики осуществляется за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного потенциала[4].

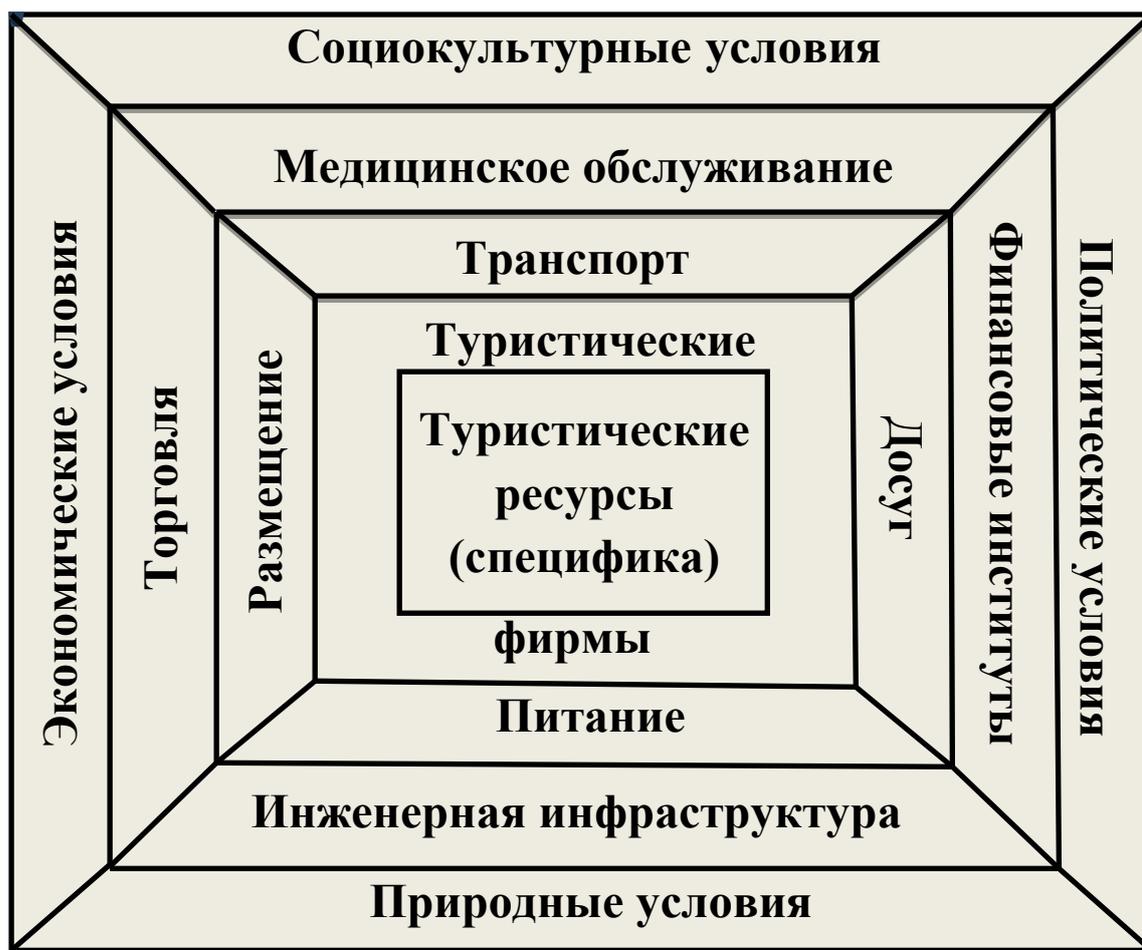


Рис. 4 Туристский кластер [23]

Центральным понятием кластера являются туристские ресурсы, именно им принадлежит решающая роль в развитии туризма, так как они в большей степени являются основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках.

В Законе РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующая трактовка туристских ресурсов - «это природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил».

Сущность туристских ресурсов заключается в том, что они являются основой для формирования туристского продукта, и, соответственно, планирования и развития туризма. Определение видов, специфики ресурсов

определяет спрос на туристские продукты и опосредованно - на формирование и поддержание всей туристской инфраструктуры. Идентификация туристских ресурсов дает возможность для определения необходимых элементов кластера. При этом, уникальность туристских ресурсов, местные традиции и культура отдыха оказывают влияние на выбор специфики туристского кластера, на процесс его формирования и определения основных туристских продуктов.

В состав кластера также входят туристские фирмы, главными задачами деятельности которых является создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, поддержание стандарта обслуживания. Концентрация усилий на создании многообразных туристских продуктов способна заинтересовать требовательного туриста (внутреннего или иностранного).

Во время путешествия турист потребляет разные услуги - общие, специфические туристские и сопутствующие. Но, прежде всего, он нуждается в услугах по поддержанию своей жизнедеятельности - жилье, питании, транспорте, досуге. Именно поэтому основными из элементов кластера являются поставщики специализированных туристских услуг. Составляющие данного элемента отражают особенность туристского потребления и при этом вызывают производный мультипликативный эффект: необходимость для туриста в местах потребления туристского продукта наличия транспортных услуг, жилья, питания, системы гостеприимства в целом, создания необходимых условий для лечения, развлечений, образования, удовлетворения потребности в новых впечатлениях. Межотраслевая природа туризма предполагает присутствие в сети поставщиков коллективных средств размещения, предприятий общественного питания, центров досуга, мест притяжения туристов, деловых центров, лечебно-оздоровительных учреждений, и прочих услуг. По оценкам Всемирной туристской организации и Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), функционирование хозяйствующих субъектов в

области туризма тесно связано либо влияет на развитие 32 отраслей национальной экономики.

При этом, качество предоставляемых услуг должно отвечать требованиям рынка. Основа туристского продукта - услуги этих поставщиков, и без данных предприятий существование кластера невозможно.

Суть деятельности поддерживающих (обслуживающих) туризм отраслей заключается в оказании туристам сопутствующих услуг. К ним относятся финансовые и медицинские услуги, местная розничная торговля, включая продажу сувениров и туристского снаряжения, инженерная (бытовая) инфраструктура, обеспечение безопасности и т. д. Данные предприятия и организации функционируют на рынке товаров и услуг вне зависимости от туризма, но их вовлечение в состав кластера создаст более привлекательные условия для развития и увеличения объемов оборота. Основной туристский продукт может быть реализован и без участия местных организаций, но это повлечет увеличение затрат и снижение удовлетворенности туристов. Устойчивое развитие обслуживающих отраслей и их активное взаимодействие с туристскими организациями - это залог успешного функционирования всего кластера.

Кластер функционирует только в определенной среде, а именно в благоприятных условиях (политических, социокультурных, экономических, природных), которые представляют собой совокупность внешних факторов, обеспечивающих конкурентоспособность туристских услуг[10].

Благоприятные условия - это комплексное понятие и включает такие элементы, как ресурсы (природные, человеческие), научно-исследовательский потенциал, инвестиционный климат, проводимая на территории политика властей, характер конкуренции, уникальность производимой продукции и услуг, потребности местных потребителей, квалификация поставщиков, наличие связанных отраслей.

При формировании туристского кластера необходимо идентифицировать его географические границы и учитывать климатические факторы, которые относятся к природным условиям. Географические границы во многом создают транспортные коммуникации (состояние автомобильных дорог, развитие малой авиации, водного транспорта), которые соединяют между собой основные центры притяжения туристов. Географические границы кластера зависят и от специфики туристских ресурсов, исторических особенностей развития территории, включая климатические условия и рельеф местности.

Экономическая среда определяется уровнем развития экономики и уровнем жизни населения, которые оказывают огромное влияние на стоимость и спрос на товары и услуги, в том числе туристского назначения. К экономическим условиям относятся инвестиционный климат на территории кластера, который способен обеспечить развитие основных элементов кластера. Количество и качество трудовых ресурсов являются также значимыми при функционировании кластера. Все организации - участники кластера - нуждаются в профессионалах туристского бизнеса.

Важно учитывать традиции и культуру местного населения - социокультурные условия, которые непосредственно влияют на индустрию гостеприимства. К социальным факторам стоит отнести и сферу образования, которая является не только потенциалом для развития квалифицированного персонала для туристских предприятий, но и базой для развития образовательного и научного туризма.

Наряду с образовательными учреждениями, особое место занимают научно-исследовательские институты разного профиля, присутствие которых способствует всестороннему анализу составляющих кластера, его возможностей развития, а также динамичному развитию научного туризма.

Большое значение имеет политическая ситуация на территории кластера. Политика властей в области развития туристской деятельности, её

поддержка, проведение научных исследований, постоянный мониторинг являются важнейшим условием формирования кластера.

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности как туристов, так и территории. Это выражается во взаимосвязи («транспорт - средства размещения - питание») как основных услуг кластера, так и во взаимосвязях («государственное управление - коммерческие организации - научно-образовательные учреждения»).

Идентификация туристского кластера (ресурсы, структура, границы, вид) необходима в процессе его формирования, развития и дальнейшего совершенствования.

Эффективная работа всех элементов туристского кластера поможет не только значительно пополнить бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру территорий.

Формирование туристских кластеров в России будет способствовать переключению интереса туристов с заграничных поездок на внутренний туризм: в те места, где сохранились историческая среда, национальный колорит, экзотика и русское гостеприимство в сочетании с необходимой инфраструктурой и высоким качеством обслуживания.

В мире есть территории, которые уже зарекомендовали себя как успешно функционирующие туристские кластеры: побережья Средиземного и Адриатического морей, Карибского бассейна; Объединенные Арабские Эмираты; горнолыжная индустрия Альпийского региона; развлекательная индустрия в Лас-Вегасе и Голливуде.

В России кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться. Примерами территорий, которые обладают ресурсами и возможностями для формирования и развития туристских кластеров, являются: культурно-исторические центры Центральной части России (Москва, Санкт-Петербург, Золотое кольцо России), рекреационные зоны на побережьях Черного моря (курорты Краснодарского края) и озеро Байкал; а также территория регионов Западной Сибири (Новосибирская, Кемеровская, Томская области, Алтайский край, республика Алтай).

### 2.3. Тенденции развития туризма в Челябинской области. Проблемы и перспективы

Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран. Для России развитие туризма особенно важно, так как данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки.

У многих российских регионов есть большой потенциал развития туризма, в том числе и в Челябинской области. Рекреационные ресурсы региона таковы, что можно развивать практически все виды туризма: спелеотуризм и водный туризм, познавательный и экологический, семейный и оздоровительный и др.

На сегодняшний момент Челябинская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития внутреннего и въездного туризма. Базисными факторами являются: благоприятные природно-климатические условия, историческое и культурное наследие, высокий уровень экономики, инвестиционная привлекательность, удобное географическое расположение,

развитая транспортная инфраструктура, достаточное количество мероприятий областного, всероссийского, международного значения, развитая деловая инфраструктура, индустрия развлечений и гостеприимства, наличие образовательных учреждений, готовящих профессиональные кадры в туристской отрасли[16].

Во многих районах Челябинской области существует широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов, развитие которых невозможно без создания всех видов базовой инфраструктуры.

В Челябинской области насчитывается более двух тысяч памятников, ансамблей и достопримечательных мест, из них 764 объектам присвоен статус памятника истории и культуры. Девять городов Челябинской области включены в список исторических населенных пунктов (город Челябинск, город Верхнеуральск, город Златоуст, город Касли, город Кыштым, город Магнитогорск, город Миасс, город Миньяр, город Троицк). В Златоусте, Верхнеуральске, Троицке и Челябинске сохранились градостроительные ансамбли XIX века (в том числе 120 зданий культовой архитектуры, здания общественного назначения, памятники промышленной архитектуры).

Историко-культурное наследие Челябинской области связано с такими людьми как ученый-биолог, академик восемнадцати академий мира Чижевский Александр Леонидович - основоположник гелиобиологии и аэроионификации, ученый-естествоиспытатель Тимофеев-Ресовский Николай Владимирович - основатель радиационной генетики и биогеноценологии, создатель уральской школы радиоэкологии, автор учения о микроэволюции; ученый-металлург Аносов Павел Петрович - основоположник качественной металлургии в России.

Особой гордостью является уникальный природно-ландшафтный комплекс - живописные горы и озера, лесные массивы, карстовые пещеры и природные целебные источники[19].

В Челябинской области 165 особо охраняемых территорий, в том числе Ильменский заповедник, национальные парки «Таганай» и «Зюраткуль» (их

площадь составляет 2 процента от общей территории Челябинской области). Спелеологами учтено более 390 пещер, общая длина которых составляет 27,2 километра, а общая глубина 3,2 километра. Тридцать уникальных по различным признакам пещер и карстовых форм объявлено памятниками природы.

Наиболее многочисленным видом являются объекты археологического наследия, которые выделяются большим количеством редких для территории России, зрелищных и высокоинформативных памятников: многочисленные стоянки человека каменного века, Аркаим и "Страна городов", Игнatieвская пещера с рисунками эпохи палеолита, достопримечательное место "Остров Веры", Сикияз-Тамакский пещерный комплекс, Большеаллакский археологический комплекс, погребальный комплекс «Кесене», древние писаницы на реках Уфа, Ай, Юрюзань.

Все более привлекательными для туристских групп становятся места раскопок археологов: сарматские курганы в Агаповском и Увельском районах, памятники «аркаимского» времени в Пластовском и Кизильском районах. В последние годы заметно увеличился поток туристов в Аркаим - до 30 тысяч человек в год - благодаря развитию экскурсионной работы с памятниками: показу научных артефактов, музеефицированных раскопов, экспозиций, реконструированных объектов древности. Достопримечательное место "Остров Веры» в 2015 году посетили около 15000 человек.

В живописных природных ландшафтах горной зоны Челябинской области в окружении лесов и озер расположены курорты федерального и областного значения «Увильды» и «Кисегач». Курорт «Кисегач» включает в себя 40 оздоровительных организаций, в том числе санатории «Еловое», «Кисегач», «Сосновая горка», «УралВО», пансионат с лечением «Утес» и другие. Кроме этих курортов, на территории Челябинской области находятся санатории «Солнечный», «Урал», «Дальняя дача», «Сунгуль», «Жемчужина Урала», а также Магнитогорская курортная поликлиника, пансионат с

лечением «Карагайский бор», пансионат «Тургояк». Также в Челябинской области функционирует Центр реабилитации пострадавших от радиации.

Выгодное географическое положение создает уникальные возможности для развития горнолыжного туризма. Всего в Челябинской области насчитывается около 15 горнолыжных комплексов. Наиболее крупными являются «Аджигардак», «Завьялиха», «Солнечная долина», «Евразия». Они отвечают самым высоким европейским стандартам и пользуются большой популярностью как среди российских любителей активного отдыха, так и среди иностранных туристов. Большой интерес представляет Южный Урал для распространения активного туризма.

В настоящее время развитие индустрии туризма и отдыха, в соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, включено в Стратегию развития Челябинской области как приоритетное направление деятельности органов государственной власти на долгосрочную перспективу. Реализация намеченной стратегии осуществляется в рамках ряда принятых в последние годы программ областного и муниципального уровня:

- Областная целевая программа «Развитие туристско-рекреационной деятельности в Челябинской области на 2011-2016 годы» (Утв. постановлением Правительства Челябинской области от 19.10.2011 г. № 361-П);

- Ведомственная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Челябинской области» на 2014 год (приказ Минкультуры Челябинской области от «31» декабря 2013 г. № 536);

- «Муниципальная программа по развитию туризма в г. Магнитогорске на 2014-2018 годы» (Постановление Администрации г. Магнитогорска от 27 ноября 2013 г. N 16155-П);

А также проведенных Совещаний губернатора В. Дубровского по развитию туризма в области, расширению привлечения инвесторов, созданию тематического парка, объединяющего культуру народов Европы и

Азии (от 07.10.2014). К числу конкретных шагов по усилению внимания развитию туризма в области следует отнести реорганизацию и создание двух отделов названного профиля: отдела приоритетных туристских направлений и отдела инвестиционных проектов, входящих в структуру Управления по туризму при Министерстве Культуры Челябинской области, которое возглавляет на сегодняшний день Грицай Н.Ю.[22].

Однако, следует отметить, что на данный момент развитие туризма в исследуемом регионе имеет и сложности и сдерживается целым рядом факторов, к которым можно отнести: встречающуюся недостаточность ассортимента предлагаемых услуг, стереотипное восприятие России как страны неблагоприятной для туризма, недостаточное развитие туристской инфраструктуры, сложности и отсутствие условий для инвестиций, слабую рекламу туристских возможностей регионов, недостаточную разработанность туристского бренда, а также часто отсутствие высококвалифицированных кадров.

Решающим фактором для успеха всего процесса комплексного развития туризма на конкретной территории является готовность всех заинтересованных сторон объединить и скоординировать свои усилия, направленные на создание развитой туристской инфраструктуры в регионе.

Таким образом, региональная туристская политика в Челябинской области должна быть направлена на развитие внутреннего и въездного туризма, повышение значимости районов области в развитии туристской отрасли их тесная связь с экономической концепцией развития административно-территориальных единиц. Ее основу должны составить:

- 1) повышение эффективности использования имеющихся туристских ресурсов и материальной базы области через развитие и реализацию мероприятий по совершенствованию индустрии туризма, в том числе посредством обеспечения функционирования субъектов туристской деятельности в каждом из туристских районов области;

2) развитие средств размещения, объектов отдыха и досуга, общественного питания и придорожного сервиса;

3) эффективное использование и развитие материальной базы санаторных организаций, сельскохозяйственных производственных кооперативов и агрогородков, домов охотника и рыболовства, сельских усадеб, агротуристских комплексов, зон и баз отдыха, туристско-краеведческих центров и станций;

4) продвижение туристских возможностей области на внутренний и международный туристский рынок;

5) развитие услуг, направленных на экологическое и культурологическое просвещение населения;

б) удовлетворение спроса на туристские услуги и товары;

7) формирование конкурентоспособных туров при сохранении природного и историко-культурного наследия;

8) создание благоприятных условий для путешествий и отдыха всех групп населения;

9) сохранение традиций и обычаев региона (фестивали, ярмарки, выставки, конкурсы, международные соревнования) в целях пропаганды туристского потенциала;

10) усовершенствование системы управления туризмом на муниципальных уровнях.

Таким образом, туризм в области является составляющей частью единого туристского пространства России, имеющий перспективы для развития, опирающийся на растущий спрос и осознанные потребности людей в активном, разнообразном и интересном отдыхе.

Осуществление намеченных мероприятий будет способствовать притоку в Челябинскую область иностранных туристов, приведет к укреплению материально-технической базы туризма, расширению многообразия и географии туристских маршрутов, окажет стимулирующее

воздействие на другие отрасли, внесет существенный вклад в структурную перестройку региональной экономики.

### Выводы по второй главе

На основании проведенного анализа во второй главе работы было установлено, что приоритетными направлениями внутреннего туризма до 2014 года являлись пляжный (Краснодарский край), культурно – познавательный и оздоровительный. После 2014 года приоритетными направлениями стали пляжный (развитие в Краснодарском крае, Крыму), культурно – познавательный, спортивный и оздоровительный виды туризма.

Челябинская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития внутреннего и въездного туризма. Во многих районах Челябинской области существует широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов.

## ГЛАВА 3. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ ИССЛЕДОВАНИЯ В ШКОЛЬНОМ КРУСЕ ГЕОГРАФИИ

### 3.1 Внеклассное мероприятие «Региональные особенности развития туризма. Развитие туризма в моем крае»

#### ПЛАН-КОНСПЕКТ УРОКА

**Предмет:** География

**Тема урока:** «Региональные особенности развития туризма. Развитие туризма в моем крае»

**Тип урока:** комбинированный

**Цели:**

Образовательная:

- Знакомство с географией мировых центров туризма, динамикой развития отрасли и влиянием туризма на экономику принимающих стран;
- Знакомство со структурой мирового туризма;
- Выявить богатство и разнообразие объектов планеты для посещения их туристами;
- Познакомиться с некоторыми достопримечательностями мира;
- Формирование блока факторологических знаний о развитии туризма родного края.

Развивающий компонент:

- Развитие навыков выбора нужной информации для подтверждения своей точки зрения, навыков доклада и дискуссии;
- Развитие умения анализировать содержание официальных документов; создавать презентации; работать в команде; умения участвовать в дискуссии и отстаивать свою точку зрения; навыков работы в составе

творческого коллектива; навыков текстового оформления выполненной исследовательской работы (составление аналитических записок по научной теме).

Воспитательный компонент:

- Воспитание патриотизма и любви к своей малой Родине;
- Привлечь внимание одноклассников к туристическим объектам Российской Федерации;

Планируемые результаты:

Личностные: ценностное отношение к умению воспринимать речь учителя, одноклассников, оценивать собственную учебную деятельность, свои достижения, инициативу, ответственность, причину неудач, выражать положительное отношение к процессу познания; осознание значимости данного умения считаться с мнением другого человека, проявлять терпение и доброжелательность в споре, применять правила делового сотрудничества; ценностное отношение к совместной познавательной деятельности;

Предметные: на основе имеющихся умений работать с разными источниками географической информации, картографической грамотности ученик научится понимать основные географические понятия и термины; географические аспекты отраслевой и территориальной структуры хозяйства стран, получит возможность различать специализацию в системе международного географического разделения труда; географические аспекты глобальных проблем человечества;

Метапредметные: развитие способности к самостоятельному приобретению новых знаний и практических умений, умения управлять своей познавательной деятельностью; умения организовать свою деятельность, определять её цели и задачи, выбирать средства реализации цели и применять их на практике, оценивать достигнутые результаты; вести самостоятельный поиск, анализ, отбор информации, её преобразование, сохранение, передачу и презентацию с помощью технических средств и информационных технологий; умение взаимодействовать с людьми, работать

в коллективах с выполнением различных социальных ролей, представлять себя, группу, вести дискуссию, сделать презентацию и т.д.

Оборудование: учебник, атлас, рабочая тетрадь, оборудованное рабочее место учителя, мультимедиа проектор, выход в интернете.

Формы и методы обучения: объяснение учителя, дискуссия, работа с текстом учебника и картами атласа, групповая работа, самостоятельная работа учащихся с интернет-источниками информации.

### **Этапы урока**

1. Мотивация к учебной деятельности.
2. Актуализация знаний.
3. Изучение нового материала.
4. Практическая работа.
5. представление проектов учащихся.
6. Итог урока. Рефлексия.

### **Ход урока**

#### Мотивация к учебной деятельности

Туризм — одна из самых динамичных сфер мирового хозяйства, оказывающая комплексное положительное влияние на экономику стран, где эта отрасль развивается.

Цель нашего урока будет сегодня:

- узнать о структуре мирового туризма
- выявить богатство и разнообразие объектов планеты для посещения их туристами
- узнать о динамике развития отрасли и влиянии туризма на экономику принимающих стран
- познакомиться с некоторыми достопримечательностями мира
- поговорим о достопримечательностях и развитии туризма нашего края.

#### Изучение нового материала

1. Вводное слово учителя.

Для начала несколько главных слов о туризме в целом:

Туризм (от tour — прогулка, поездка)

За 1950—2009 гг. число людей возросло более чем в 20 раз

950 млн чел. в год

в начале XXI в. в туризме занято 260 млн чел. (11 % экономически активного населения мира)

расходы на туризм составляют более 10% от мирового ВВП

2. Демонстрация слайдов:

Топ -10 самых посещаемых городов в России.

1) Казань

Главный город Татарстана официально носит название «третьей столицы России». Мегалополис является одним из крупнейших административных, политических, финансовых, культурных и туристических центров России. Дата основания города – 1005 год, первое письменное упоминание относится к 1391 году, население – 1 млн. 232 тыс. человек (порядка 48 % из них – русские, остальные – татары, чувашаи и др.), площадь агломерации составляет 1 560 000 км<sup>2</sup>. Располагается город-порт на левом берегу Волги, расстояние до Москвы – 820 км. С происхождением названия связано несколько легенд – считается, что оно произошло от слова «казан», что с древнебулгарского означает «котел» (имеется в виду местоположение города). Символ Казани – мифическое существо Зиланд, похожее на дракона. Среди основных достопримечательностей – Казанский Кремль, включенный в список всемирного наследия ЮНЕСКО, Петропавловский Собор, площадь Свободы, остров-град Свияжск, Храм всех религий, Дворец Земледельцев, мечеть Кул-Шариф, пешеходная улица Баумана, Казанский Богородицкий Монастырь, небоскреб «Лазурные небеса».

2) Сочи

Располагается на Черном море, расстояние до Москвы – 1700 км, является самым крупным среди всех курортных городов страны и самым

длинным населенным пунктом России. Дата основания – 1838 году, городом считается с 1917 года (первое название - форт Александрия), количество населения – 402 тыс. человек, площадь городского округа – 3500 км.кв. Жемчужина Черного моря располагается в зоне влажных субтропиков и подразделяется на 7 районов. Название происходит от слова «соча» - имени, данному одному из племен, обитавших на этой территории. В данной местности первые поселения человека были известны еще со времени античности, хотя археологические раскопки свидетельствуют о проживании человека здесь примерно 400 тыс. лет назад. Ежегодно Сочи привлекает все большее количество туристов, особенно после проведения в 2014 году Зимней Олимпиады. Основные достопримечательности: Художественный и Этнографический музеи, Океанариум и Утришский дельфинариум, Музей истории города, санатории «Орджоникидзе», «Металлург», «Золотой колос», «Искра» и «Правда».

### 3) Нижний Новгород

С 1932 по 1990 – город Горький, дата основания и первое упоминание – 1221 год. Население на конец 2016 года – 1 млн. 267 тыс. человек, площадь агломерации – 466 тыс. кв. км. Населенный пункт является одним из самых крупных административных, культурных, образовательных и финансовых центров страны, подразделяется на восемь районов. Город настолько крупный и живописный, что осмотреть его не хватит даже недели. Туристов привлекают множество разнообразных памятников архитектуры, религиозных построек, образцы исконно русского зодчества. Среди наиболее популярных объектов: Храм Рождества Пресвятой Богородицы, Рождественская улица, историческая улица Большая Покровка, площадь Народного Единства, памятник Минину и Пожарскому, Рождественская церковь, Нижегородский Кремль, Зоопарк «Лимпопо», Михайло-Архангельский собор и Георгиевская башня, Сормовский парк. В городе располагается немало архитектурных шедевров, возраст которых насчитывает не одну сотню лет.

#### 4) Ярославль

Город является центром одноименной области, дата основания – 1010 год, первое упоминание – 1071 год. Население составляет 606 тыс. человек, площадь агломерации – 205.8 кв.км. Исторический центр Ярославля внесен в список всемирного наследия ЮНЕСКО. На гербе города размещено изображение шапки Мономаха, так как на этой территории долгое время царствовали великие князья, и медведь, который стоит на задних лапах (олицетворение силы и предусмотрительности). Административно Ярославль подразделяется на шесть районов, самым крупным из которых по территории является Заволжский, по населению – Дзержинский. Туризм составляет немалую часть городского бюджета, благодаря тому, что Ярославль является частью маршрута «Золотой Кольцо России». Основные достопримечательности: Рубленый город, Спасо-Преображенский собор, больничная церковь Толгского монастыря, церковь Петра и Павла, Семеновский столп, дом Кнопфа и Речной вокзал. Одним из наиболее живописных объектов считается местная набережная, излюбленное место для прогулок туристов и местных жителей.

#### 5) Калининград

Основан в 945 году, до 1255 года носил название Тванагсте, до 1946 – Кенигсберг. Население – 460 тыс. человек, площадь – 224.7 кв.км., подразделяется на три района: Центральный, Московский и Ленинградский. Город имеет интересную многовековую историю, современный этап которой начался в 1945 году, после того как его штурмовали советские войска. Передача Кенигсберга СССР состоялась по решению Потсдамской Конференции, с тех пор город стал собственностью другой страны. Калининград признан в период с 2012 по 2014 лучшим городом России, неоднократно назывался наиболее удобным для инвестиций и бизнеса населенным пунктом РФ. Самые красивые гостиницы – «Рэдиссон Калининград», «Триумф Палас», «Гелиопарк Кайзерхоф» и «Самбия». Город знаменит своими мостами: Двухъярусным, Деревянным, Эстакадным,

Медовым, Юбилейным, Берлинским и Вторым эстакадным. Достопримечательности: Музей янтаря, Музей Мирового океана, Фридландские ворота, Калининградская художественная галерея, Ботанический сад, Королевский сад и Храм Христа Спасителя.

#### 6) Екатеринбург

Город является административным центром Свердловской области и Уральского Федерального округа. Дата основания – 1723 год, с 1924 по 1991 год город носил название Свердловск. Площадь агломерации – 468 кв.км, население – почти 1.5 млн. человек, расстояние до Москвы – 1667 км. Екатеринбург – четвертый по численности город РФ и считается одним из самых развитых в транспортном, промышленном, экономическом и культурном отношении. Город ежегодно привлекает сюда тысячи путешественников, которые стремятся сюда не только осмотреть местные достопримечательности, но и активно провести время в десятках ночных клубов, дискотек и других развлекательных заведениях. Основные архитектурно-исторические объекты: Свято-Троицкий кафедральный Собор, Екатеринбургская Синагога, Методистский протестантский храм, Церковь Святого Карапета, Усадьба Расторгуевых-Харитоновых, Дом Севастьянова, Усадьба Тарасова. Достаточно привлекательно выглядят небоскреб «Высоцкий», бизнес-центр «Президент», Центр международной торговли.

#### 7) Анапа

Удивительный по красоте, очень уютный и комфортабельный город, который находится между Таманскими степями и предгорьем Большого Кавказа. Анапа переводится с греческого как «высокий мыс», с черкесского - «край круглого стола», с абхазского – «Рука». Анапа – один из самых посещаемых курортов России благодаря мелководным пляжам и огромному количеству солнечных дней в году. Город воинской славы располагается на западе Краснодарского края и обладает большим запасом лечебных ресурсов, в том числе бальнеологических. Самой большой популярностью пользуется среди отдыхающих с детьми. Дата основания Анапы – 1781, предыдущие

названия – Горгиппия, Мапа, население современной агломерации – 154 тыс. человек, расстояние от Москвы – 1530 км. Во время Великой отечественной войны город был разрушен до основания. После чего полностью восстановлен в практически первоначальном варианте. Достопримечательности: парк динозавров, Кипарисовое озеро, Африканская, Греческая и Армянская деревни, два аквапарка, океанариум и дельфинарий.

#### 8) Владимир

Административный центр одноименной области, один из самых древних городов России, основан Владимиром Мономахом в 1108 году. Население Владимира – 355 тыс. человек, площадь агломерации составляет 125 кв.км, территориально подразделяется на три района – Фрунзенский, Ленинский и Октябрьский. Название означает «город Владимира», прежние имена – Владимир-Залесский, Владимир-на-Клязьме. Первые жители поселились здесь около 30 тыс. лет назад, затем сюда пришли волго-финские племена, а в 9 веке – славяне. Расстояние до Москвы – 172 км, до Санкт-Петербурга – 725 км, до Гусь-Хрустального – 57 км. Основные достопримечательности: Успенский Собор 14 века, Дмитриевский Собор 12 века, Золотые Ворота 12 века, включенные в список всемирного наследия ЮНЕСКО. К другим, интересным для путешественника объектам относятся: Водонапорная башня, Исторический музей, Костел и здание Владимирской архивной комиссии, Планетарий и Музей природы, Троицкая церковь, Центральный парк и Владимирский централ. Чаще всего туристы отправляются на экскурсию во Владимиро-Суздальский историко-художественный и архитектурный музей-заповедник.

#### 9) Геленджик

Третий по значимости российский город-курорт, расположенный в Краснодарском крае. Дата основания Геленджика – 1831 год, прежние названия – Торик, Пагры и Ептала, население – 72 тыс. человек. О происхождении названия имеется несколько версий: по-арабски топоним переводится как «тополь», по-турецки как «свет» или «невеста», по-

адыгейски «маленькое пастбище». Здешние места были заселены людьми с незапамятных времен, о чем свидетельствуют сохранившиеся до наших дней древние дольмены. На территории Геленджика проживали такие знаменитые личности как Михаил Лермонтов, Олег Анофриев, Лев Тихомиров, Владимир Короленко, Георгий Милляр, Цезарь Куников, Григорий Пономаренко и Дмитрий Пирог. В городе открыты памятники: Пушкину, Ленину, Лермонтову, героям необъявленных войн. Архитектурные объекты, представляющие историческую ценность – храм Вознесения Господня, Свято-Преображенская церковь, церковь Святого Михаила Черниговского, Гидроавиасалон. К природным достопримечательностям можно отнести: Бор реликтовой сосны, Скала Парус, водопады на реке Жане, можжевельниковая роща, сафари-парк.

#### 10) Суздаль

Город, расположенный во Владимирской области, является административным центром одноименного района. Первое упоминание о Суздале относится к 999 году, а официальный статус город получил в 1778 году. Население – около 10 тыс. человек, площадь – 15 кв.км. Топоним произошел от старославянского слова, обозначающего глину. На месте Суздаля располагались поселения в начале 10 века, а большая часть территории была огорожена оборонительными стенами. Сегодня в городе расположено более 200 архитектурно-исторических объектов, чтобы осмотреть которые понадобится более 140 часов. Удивительно, но большая часть суздальских строений сохранилась в первозданном виде, особенно поражают туристов Суздальский кремль, церковь Козьмы и Дамиана, Успенская и Никольская церкви, а также Васильевский, Александровский монастыри, множество памятников музея деревянного зодчества – крестьянские избы, шатровые ветряные мельницы, колесный колодец и т.д.

### Практическая работа

Работа по группам:

**1 группа. Аналитики.**

Работа с текстом.

Изучить теоретическую часть материала. Ответить на вопросы. Довести до сведения одноклассников.

Подготовить доклады с использованием материалов учебника и цифровых ресурсов электронного приложения по следующим ключевым вопросам:

Что такое туризм?

Виды туризма

С какими факторами связано бурное развитие туризма во второй половине XX — начале XXI в.?

Какова динамика международных туристических прибытий с 1950 по 2012 год?(числ. данные)

Структура туристических поездок

Какой регион является лидером среди регионов мира по прибытию туристов?

Необходимые условия для развития туризма в стране.

Какова роль туризма на экономику принимающих регионов.

**2-3 группа: Проект «Планируем путешествие с GPS»**

Для участия в проекте каждая группа должна самостоятельно спланировать путешествие на каникулы. Проект условно назван «Путешествие с GPS»,

Условие: наличие смартфона с цифровыми картами (планирование будет более точным и интересным)

Если подготовка путешествия займет больше времени и дети готовят материал к следующему уроку.

Программа подготовки путешествия:

Оценка возможностей и параметров путешествия (время пребывания, финансовые возможности, которые предполагают выбор условий «экономического» или другого класса).

Выбор региона (работа с метеорологическими сайтами, например, [www.bbc.com](http://www.bbc.com) или любой другой).

Выбор путеводителей (серии «Вокруг света», «Полиглот», <http://forum.awd.ru> .

Выбор транспорта на сайтах (авиа-, железнодорожные перевозки, автобусные), сопоставление цен на билеты от разных авиакомпаний.

Бронирование билета.

Выбор маршрута. Составление карты маршрута (это особенно удобно делать с цифровыми картами SP8).

Планирование ночлега. Можно ли самостоятельно забронировать ночевки в гостиницах или кемпингах на сайте?

Планирование питания. Где вы будете завтракать, обедать и ужинать?

**4 группа.** Краеведы. Развитие туризма в моем крае.

Темы докладов: (желательно дать опережающее задание)

Природные условия и рекреационные ресурсы моего района (области).

Что может привлечь туристов на мою родину (основные экскурсионные объекты — историко-культурные памятники, рекреационные ресурсы и т. д.)?

Какая инфраструктура (отели, дороги, транспорт) существует и приспособлена для развития туризма?

Какие основные проблемы развития инфраструктуры для туризма и какие способы решения этих проблем можно предложить?

Приветствуются фотографии, сделанные учениками самостоятельно.

4. Представление проектов учащихся.

5. Итог урока.

Вопросы:

1. Какие впечатления остались у вас после услышанного и увиденного на уроке?

2. Захотелось ли вам побывать в тех местах, о которых вы сегодня узнали?

3. Какие трудности вы испытали?

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведенной научно-исследовательской работы получены следующие результаты. За последние десятилетия структура экономики Российской Федерации претерпевала коренные изменения, а именно: снижение доли отраслей промышленности ВВП страны и увеличение доли третичного сектора, в том числе и развитию внутреннего туризма. Санкционная политика, к отношению России, начиная с 2014 года, позволило внести коррективы в развитие внутреннего туризма, используя огромный природно-ресурсный потенциал на территории современной России. Многообразие природно-ресурсного потенциала современной России позволило развить основные виды внутреннего туризма, такие как: событийный, паломнический, экологический, сельский, круизный, оздоровительный, деловой, культурно – познавательный.

Туристический бизнес является самой динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран.

Приоритетными направлениями внутреннего туризма до 2014 года являлись пляжный (Краснодарский край), культурно – познавательный и оздоровительный (Центральная Россия, Северо-запад России). После введения санкций в 2014 году приоритетными направлениями стали пляжный (развитие в Краснодарском крае, Крыму), культурно – познавательный, спортивный и оздоровительный виды туризма, а также освоение ранее неохваченных туристических территорий (Российский Север, Дальний Восток, Камчатка).

Челябинская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития внутреннего и въездного туризма. Во многих районах Челябинской области существует широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов.

В целом для России развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки. Россия теряет миллиарды рублей, отказывая туризму в поддержке, кроме того, теряются сотни тысяч потенциальных рабочих мест. Развитие третичного сектора в состав, которого входит туризм, позволит России быстрее перейти от индустриального типа к постиндустриальному типу.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ от 24.11.1996, в ред. от 03.05.2012, с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012.
2. Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы» № 317 от 15.04.2014.
3. Постановление Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» № 644 от 02.08.2011, в ред. от 18.02.2014.
4. Биржаков, М.Б. Индустрия туризма[Текст], 9-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Невский фонд, изд. дом «Герда», 2015. – 448 с.
5. Дурович, А.П. Организация туризма: учеб. Пособие[Текст] / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др. – Мн.: Новое знание, 2003. – 632 с.
6. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник для студентов вузов туристического профиля. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 251 с.
7. Исмаев, Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию[Текст] : учебно-практ. пособие / Д.К. Исмаев. – М. : МАТГР, 2005. – 144 с.
8. Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 320 с.
9. Кожевников, А.П. Рекреационные леса как главный природный ресурс для познавательного туризма на Урале[Текст] / А. П. Кожевников // Туризм и культура : пути взаимодействия. Материалы Международной научно-практической конференции под эгидой кафедры ЮНЕСКО РМАТ. – Екатеринбург, 6-7 апреля 2010 г. / под ред. О. В. Пироговой. – Екатеринбург: Изд-во Уральского института туризма, 2005. – С. 17-21.

10. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие[Текст].- М.: КНОРУС, 2008-288с.
11. Кусков, А.С. Транспортное обеспечение в туризме[Текст] / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2014. – 368 с.
12. Нижегородцев, П.О., Чернобровкин, В.А. Принципы организации и методы стимулирования спроса в сфере гостеприимства и туризма[Текст] // Международный журнал экспериментального образования / под ред. М.Ю. Ледванова, №6, Москва: РАЕ, 2014. № 6, С. 82-84.
13. Остроумов, О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность : учеб.-метод. пособие / О.В. Остроумов; под ред. Ю.С. Путрика. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 128 с.
14. Папирян, Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2009.
15. Рубаник, А. Н. Технологии въездного туризма. - 2-е изд., исп. / А. Н. Рубаник, Д. С. Ушаков. - Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ»; Феникс, 2010. - 384 с.
16. Смирнов, М. Спящая красота. Потенциал въездного туризма на Урале не используется в полной мере [Текст] / М. Смирнов // Российская газета. – 2006. – 18 апреля (№80). – С. 28.
17. Тайгибова, Т. Т. Анализ состояния и перспективы развития въездного туризма в современной России[Текст] / Т. Т. Тайгибова // Актуальные вопросы экономики и управления. - М.: РИОР, 2016. - С.218-223.
18. Ушаков, Д.С. Технологии въездного туризма, учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – М., Ростов н/Д : МарТ, 2016. – 384 с.
19. Чернобровкин, В.А. Актуальные проблемы развития этнокультурного туризма в Южно-Уральском регионе // Экономика и предпринимательство (ВАК РФ), № 10 (51), 2014 г. (Vol. 8, Nom. 10) - С. 406-408. ISSN 1999-2300.

20. Официальный сайт «Вести экономики» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/> свободный – Загл. с экрана.
21. Официальный сайт «Туризм и путешествия» [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.travellifes.ru/> свободный – Загл.с экрана.
22. Официальный сайт «Федеральное агенство по туризму» [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.russiatourism.ru/> свободный – Загл. с экрана.
23. Официальный сайт «Все о туризме» [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.tourlib.net/> свободный – Загл. с экрана.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

## Технологическая карта урока

<b>Разработал</b>	Лавко К.Д.
<b>Класс</b>	11
<b>Тема урока</b>	«Региональные особенности развития туризма. Развитие туризма в моем крае»
<b>Тип урока</b>	Комбинированный
<b>Информационно-методическое обеспечение педагогической системы урочной деятельности</b>	1. Даринский А. В. Вопросы туризма в школьном курсе географии. М.: Просвещение. 2. Зайцев И., Максимов И. Легенды и были Черноморья. Краснодар. 3. Ковешников В. Н. и др. Сборник туристско-краеведческих статей и очерков. 1994. 4. Интернет ресурсы: <a href="http://www.terrus">www.terrus</a> (образовательный портал с материалами по РФ), <a href="http://www.socpol.ru">www.socpol.ru</a> (сайт Независимого института социальной политики, проект «Атлас регионов РФ»), Сайт железнодорожных компаний («Российские железные дороги») и авиакомпаний («Аэрофлот» и др.).
<b>Задачи урока</b>	Сформировать у учащихся представление о структуре мирового туризма; выявить богатство и разнообразие объектов планеты для посещения их туристами; узнать о динамике развития отрасли и влияния туризма на экономику принимающих стран; познакомиться с некоторыми достопримечательностями мира; обсудить достопримечательности и развитие туризма нашей страны.
<b>Формы и методы обучения</b>	Объяснение учителя, дискуссия, работа с текстом учебника и картами атласа, групповая работа, самостоятельная работа учащихся с интернет – источниками информации.

Цели урока:

1. Образовательная:

- Знакомство с географией мировых центров туризма, динамикой развития отрасли и влиянием туризма на экономику принимающих стран;
- Знакомство со структурой мирового туризма;
- Выявить богатство и разнообразие объектов планеты для посещения их туристами;
- Познакомиться с некоторыми достопримечательностями мира;
- Формирование блока факторологических знаний о развитии туризма родного края.

2. Развивающий компонент:

- Развитие навыков выбора нужной информации для подтверждения своей точки зрения, навыков доклада и дискуссии;
- Развитие умения анализировать содержание официальных документов, создавать презентации, работать в команде, умения участвовать в дискуссии и отстаивать свою точку зрения; навыков работы в составе творческого коллектива; навыков текстового оформления выполненной исследовательской работы (составление аналитических записок по научной теме).

3. Воспитательный компонент:

- Воспитание патриотизма и любви к своей Родине;
- Привлечь внимание одноклассников к туристическим объектам Российской Федерации;

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УРОКА					
Этапы урока	Задачи этапа	Дидактические средства	Межпредметные связи	Деятельность учителя	Деятельность обучающихся
I. Мотивация к учебной деятельности.	Эмоциональная, психологическая и мотивационная подготовка обучающихся к усвоению изучаемого материала.			Создает условия для возникновения у обучающихся внутренней потребности включения в учебную деятельность, уточняет тематические рамки.	Слушают учителя, обсуждают тему урока, цели урока и пытаются самостоятельно их формулировать.
II. Актуализация знаний.	Подготовка к восприятию нового материала.			Постановка учебных задач, постановка проблемного вопроса. Объявление темы урока. Понятие туризм.	Учащиеся вспоминают изученный ранее материал, определяют его значимость, высказывают свою точку зрения, записывают тему.
III. Изучение нового материала.	Дать научное представление о туризме, разъяснить структуру мирового	Мультимедийное оборудование, слайд – презентация, доска, атлас.	История	Вводное слово учителя; история туризма; влияние туризма на ВВП. ТОП-10 самых посещаемых городов	Учащиеся слушают учителя и по ходу его рассказа делают записи в тетради.

	туризма. Выявить топ-10 самых посещаемых городов России.			в России (Казань, Сочи, Нижний Новгород, Ярославль, Калининград, Екатеринбург, Анапа, Владимир, Геленджик, Суздаль).	
IV. Практическая работа	Изучить теоретическую часть материала.	Мультимедийное оборудование, слайд – презентация, доска, атлас, Интернет – ресурсы.	История	Учитель делит класс на группы. Дает задание: изучить теоретическую часть материала. Ответить на вопросы. Довести до сведения одноклассников). Подготовить доклады с использованием материалов учебника и цифровых ресурсов электронного приложения по следующим ключевым вопросам: <b>1 группа «Аналитики»</b> Что такое туризм? Виды туризма? С какими факторами	Учащиеся слушают учителя, делятся на группы по желанию, записывают задание, работают с литературой, учебными пособиями и интернет – ресурсами, готовятся к выступлению и защите своих докладов.

				<p>связано бурное развитие туризма во второй половине XX века – начале XXIв.? Какова динамика международных туристических прибытий с 1950 по 2017 год? Структура туристических поездок? Какой регион является лидером среди регионов мира по прибытию туристов? Необходимые условия для развития туризма в стране? Какова роль туризма на экономику принимающих регионов?).</p> <p><b>2-3 группа Проект «Планируем путешествие с GPS».</b></p> <p>Группа должна самостоятельно спланировать путешествие на</p>	
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>каникулы.          Программа          путешествия: оценка          возможностей и          параметров          путешествия, выбор          региона, выбор          путеводителей, выбор          транспорта,          сопоставление цен на          билеты, бронирование          билета, выбор          маршрута,          составление карты          маршрута,          планирование          ночлега,          планирование          питания.          Если подготовка          путешествия займет          больше времени, то          дети готовят материал          к следующему уроку.  <b>4 группа «Краеведы»</b>          Развитие туризма в          моем крае. Темы          докладов выдаются</p>	
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>заранее. «Природные условия и рекреационные ресурсы Челябинской области», «Что может привлечь туристов в ЧО», «Инфраструктура ЧО», «Основные проблемы развития инфраструктуры для развития туризма и какие способы решения этих проблем можно предложить?».</p> <p>Приветствуются фотографии, сделанные учениками самостоятельно.</p>	
V. Представление проектов учащихся	Представить теоретическую часть материала.	Мультимедийное оборудование, слайд – презентация, доска, атлас.		Учитель представляет слово каждой группе.	Учащиеся представляют свой проект.
VI. Итоги урока. Рефлексия.	Установить, усвоили или нет обучающиеся	Мультимедийное оборудование, слайд –		Проводит беседу по пройденному материалу	Отвечают на вопросы. Определяют свое эмоциональное

	связь между фактами, содержание новых понятий, устранить обнаруженные пробелы. Оценить уровень эффективности проведенного урока.	презентация.		(фронтальный опрос). Какие впечатления остались у вас после услышанного и увиденного на уроке? Захотелось ли вам побывать в тех местах, о которых вы сегодня узнали? Какие трудности вы испытали?	состояние на уроке. Самостоятельно оценивают тот материал, который изучили на уроке (интересно, трудно, бесполезно).
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------