


Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт экологии и географии
Кафедра географии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Г. Ю. Ямских

подпись инициалы, фамилия
« ГЮ » ЮЯ 2017 г.

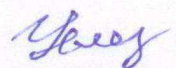
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

05.03.02 География

05.03.02.03 Экономическая и социальная география

География въездного туризма России

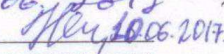
Руководитель


подпись, дата

доц., канд. геогр. наук
должность, ученая степень

И.Х. Усманова
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

Ю.А. Нечаева
инициалы, фамилия

Красноярск 2017

Содержание

Введение.....	3
1 Туризм как отрасль мировой экономики.....	5
1.1 Состав и организация туристической индустрии.....	7
1.2 Виды туризма.....	11
1.3 Факторы развития туризма.....	13
1.4 География турпотоков.....	18
2 Российский туризм как фактор развития регионов.....	24
2.1 Положение российской туриндустрии в экономике страны.....	24
2.2 Проблемы развития российской туристической индустрии.....	35
3 Въездной туризм в России.....	37
3.1 Динамика въездного туризма в России.....	37
3.2 География въездного туризма в России.....	40
3.3 Перспективы туризма в России.....	50
Заключение.....	54
Список использованных источников.....	57

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы выпускной работы заключается в том, что именно въездной туризм ориентирован на прием иностранных туристов, которые приносят максимальную прибыль в бюджет государства и регионов. Поэтому необходимо рассмотреть специфику въездного туризма, факторы его развития, оценить конкурентоспособность России на мировом рынке.

В настоящее время туризм становится одной из самых востребованных отраслей. Гражданин любой страны задумывался о поездках, как внутри страны, так и за границу. Это обусловлено, конечно же, изменением мира за последние 10 – 20 лет. Границы любой страны открыты, политическая ситуация в регионах ясна. Туроператоры предлагают широкий сектор в выборе поездки. Резиденту страны предоставляют вид путешествия и способ передвижения. Гражданину остается только определиться с целью поездки.

Так, например, на официальном сайте АТОР можно выбрать вид туризма: авиаперевозка, туры для пенсионеров, морские круизы, экспедиции, пляжный отдых, обучение за рубежом, событийный туризм, речные круизы, дайвинг и туры: паломнические, шопинг, ж/д, тур по России, индивидуальные, корпоративные, автобусные туры, горнолыжные. Глядя на разнообразие видов туризма, можно прийти к выводу, что туризм является динамично развивающейся отраслью в сфере экономики.

Объектом исследования является въездной туризм Российской Федерации.

Предметом исследования – динамика и география въездного туризма.

Цель дипломной работы – исследовать территориально-отраслевую структуру въездного российского туризма.

Для реализации поставленной цели предполагалось решение следующих задач:

1. Выявить положение туризма в мировой и российской экономике.
2. Выявить положение российской туристической индустрии в экономике страны.
3. Исследовать факторы развития российской туристической индустрии.

4. Определить динамику въездного туризма в России

При решении поставленных задач были использованы следующие методы: статистический, аналитический, графический, мониторинг материалов электронных и печатных изданий, аналитических обзоров рынка.

Информационная база дипломной работы включает в себя печатные и электронные ресурсы, федеральные целевые программы, специализированные издания, ресурсы интернета, базы данных федеральных служб статистики.

1 Туризм как отрасль мировой экономики

В двадцать первом веке туризм является крупной мировой индустрией. Его темпы роста постоянно набирает обороты. Во многих странах туризм имеет значимую роль в формировании ВВП, создании дополнительных рабочих мест, обеспечении занятости.

Туризм для любой страны имеет одно из главных значений и в первую очередь влияет на такие отрасли экономики как сельское хозяйство, транспортные средства, строительство, связь, тем самым выступая своеобразным ускорителем социально – экономического развития.

Для дальнейшего развития туризма и привлечения большего потока туристов необходимо стране иметь стабильный достаток в средствах. На кратковременный отдых уходит внушительная трата денег, чем на обычное проживание, что связано с расходами на перемещение, проживание в ином месте, питание и развлечение [37].

В период с 2000 года по 2010 год объем поступлений от международного туризма почти удвоился – с 482 млрд. долларов. Так, средние темпы роста международных туристских посещений составили 4,2 % до 2010 года, и, ожидаются не менее 4,5 % в период с 2010 по 2020 год.

Согласно периодизации туризма В.Б.Сапруновой в истории развития туризма различается 4 этапа:

1) до начала XIX века – предыстория туризма. Начнем с того что данный этап, относится к античному периоду (Древняя Греция и Рим), в то время основными мотивами путешествий были торговля, паломничество, лечение, образование. В этот период зародились Олимпийские игры.

В Средние века, стимулом к путешествиям становится религиозное паломничество и поклонение.

В эпоха Возрождения ослабляются религиозные мотивы и появляется индивидуальный характер путешествий. В эпоху Просвещения путешествия носили стали носить образовательную направленность. До середины XIX века

путешествия имели ряд отличительных черт: 1. средства передвижения были примитивными. 2. путешествие было не самоцелью, а необходимым условием и средством достижения какой – либо другой цели (например, торговля, лечение, образование и т. п.).

Развитие мануфактурного производства и промышленные перевороты XVIII - XIX веков в ведущих европейских странах внесли изменения в экономическую жизнь общества. В результате развития производительных сил общества происходит разграничение рабочего времени и свободного времени работника. Это создавало предпосылки для второго этапа развития туризма.

2) начало XIX века – начало XX века – элитарный туризм, зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг. Второй этап развития туризма называют элитарным туризмом. Создаются первые специализированные предприятия по производству туристских услуг. Важнейшую роль на этом этапе развития туризма сыграли революционные изменения в транспорте. Изменились средства доставки и передвижения (построен первый пароход и паровоз). Совершенствовались средства доставки почтовых отправок, расширялись сети дорог.

Научно-технический прогресс и социальная борьба трудящихся за свои права, а также растущее благосостояние общества создали возможность путешествий для большинства простых людей. Возникли первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей. На смену скромным пансионатам приходят первые гостиницы.

3) начало XX века – до Второй мировой войны – начало становления социального туризма. Первая мировая война, экономическая депрессия 30–х годов и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Появляются элементы массового туризма. В основе образования идеи о том, что вовлечение частного сектора в туризм оказало бы неоценимую помощь гостиничному хозяйству.

4) После Второй мировой войны – современный этап – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из труднодоступной сферы он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. В определенной степени, этому способствовало сокращение рабочего времени, и, соответственно, рост свободного времени. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством [34].

1.1 Состав и организация туристической индустрии

В современной научной литературе дается несколько точек зрения на понятие «туризм». Согласно одной из них, туризм рассматривается как путешествие в свободное время, предпринятое с определенной целью. Существует подход, который характеризует туризм как отрасль хозяйства по обслуживанию людей, находящихся временно вне места постоянного жительства или как сегмент рынка, удовлетворяющий спрос туристов на товары и услуги.

Согласно Международной ассоциации научных экспертов в области туризма, туризм – совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного пребывания и работы.

Определяя значение, содержание и сущность туризма необходимо в первую очередь дать четкое понятие о том, что такое туризм, по возможности описать. Из всех взаимодействующих между собой структур в области туризма основополагающей будут туристы. Это люди, которые станут основными потребителями предлагаемых сферой услуг. Именно за счет их количества,

массовости развивается и популяризируется туристическая отрасль в той или иной стране.

Посылками прибегать к услугам туристической деятельности принято считать физические, психологические, общеобразовательные, развлекательные и прочие потребности людей. В зависимости от той или иной потребности определяются вид туристической деятельности и участие в ней самих туристов, область его деятельности и группы, заинтересованных сторон [11].

Следующей группой, вступающей во взаимоотношения, будут организации, которые собственно и предоставляют туристические услуги. Ориентируясь на туристический рынок, оказывают необходимые услуги, дабы получить прибыль.

Местные органы власти также образуют группу, определяющую и формирующую значение туризма и его содержание. Их деятельность направлена на рост экономики страны. В частности, обложением налогами организаций, предоставляющих услуги туризма. Четвертая группа, участница взаимоотношений, принимающая сторона. От массовости приезжих иностранных туристов повышается экономика принимающей страны, вырастает занятость населения.

Итак, на этом этапе можно определить сущность туризма как степень определенных взаимоотношений и явлений вышеупомянутых групп, возникающих на фоне поставки и потребления определенных услуг. Можно также сказать, что туризм — это своего рода социально — экономическая система, частичка экономической непродуцированной области, в задачи которой входит обеспечения человека рациональным, качественным и полноценным спектром предоставляемых услуг — отдыхом.

С все возрастающим спросом на отдых и оздоровление туризм превращается в массовую международную отрасль экономики, по своим масштабам уступающую лишь автомобилестроению и добычи нефти. Чтобы раскрыть далее содержание и сущность туризма стоит обратиться к его истокам и фактическому значению.

На определенном этапе роста цивилизации и экономического развития возникла потребность в путешествиях, которая набирала свои обороты весьма стремительно, что в конечном итоге привело к возникновению потребителей – путешественников и производителей услуг – организаций. Постепенно сформировался товар определенного вида и получил название туризм. Этот товар имеет свой потребительский рынок, составляющий материальные и нематериальные услуги.

Современный туризм — это динамически развивающийся бизнес, организационными группами которого являются туристические агентства. Предприятиями, способствующими развитию бизнеса являются: авиакомпании, компании, осуществляющие перевозку людей и грузов, фирмы проката машин, железные дороги, государственный и частный автотранспорт, гостиничный и ресторанный бизнес.

Туризм — временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника [20].

Большое количество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Туристский бизнес возник в следствии интенсивного развития региональных и туристских международных обменов.

Туристская индустрия – совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов и создание материальной базы туризма. Организация туристской индустрии включает в себя следующие компоненты (рис 1):

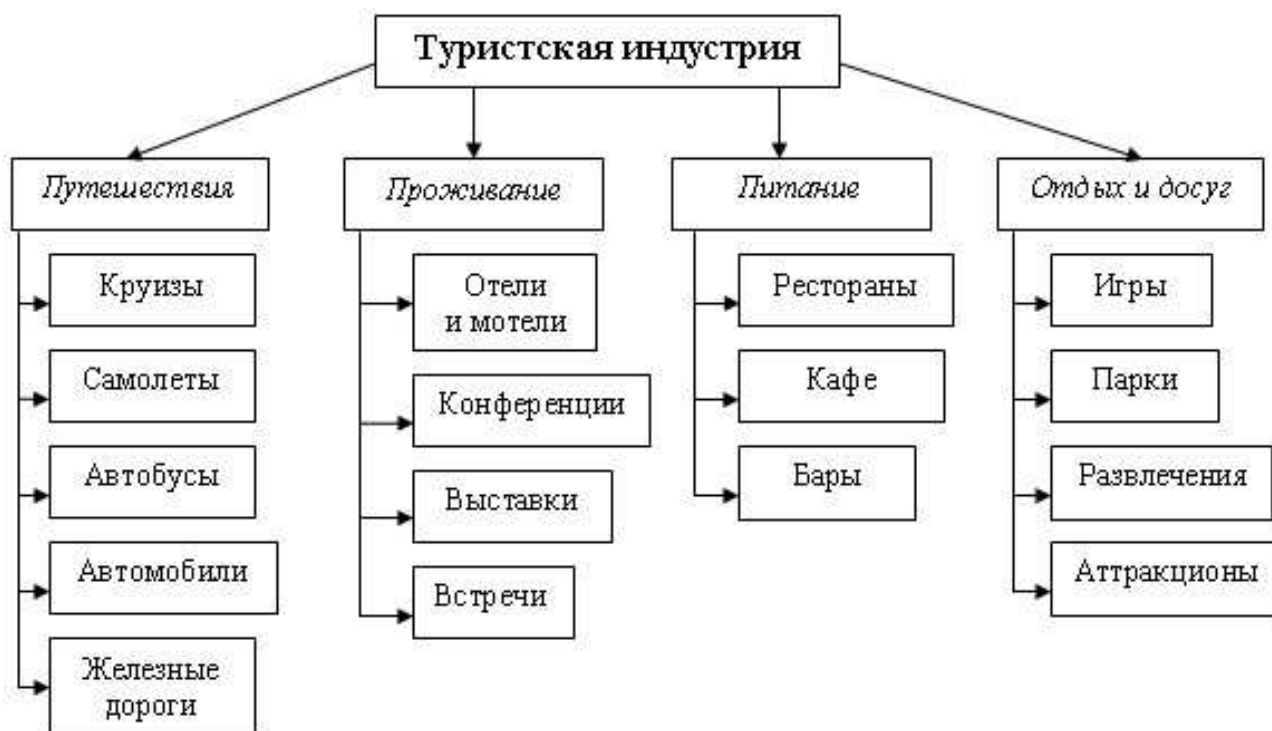


Рисунок 1 – Наглядная схема индустрии туризма [18]

Состав туристкой индустрии:

1) Гостиничная индустрия – это экономический вид деятельности, который включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах и др. средствах размещения за вознаграждение. Она связывает рестораны, кафе, транспорт и экскурсии в единую цепь туристско – экскурсионного обслуживания.

2) Транспортная индустрия – это путешествия организованных групп туристов при наличии путёвок (ваучеров) по разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. Транспортные путешествия классифицируют по: способу передвижения на маршруте, виду используемого транспорта, построению трассы маршрута, продолжительности путешествия его сезонности и др.

3) Индустрия питания – организация культурного досуга туристов. Предприятие питания не только выполняет свою прямую функцию по приготовлению блюд, напитков и обслуживанию посетителей, но и

предоставляет возможность развлечься и получить яркие и незабываемые впечатления.

4) Индустрия развлечений – ставит своей целью создание условий для развлечения. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха, развития культуры человека), по сути своей формирует и развивает личность. Заполняя развлечениями часть своего свободного времени, человек восстанавливает себя и как трудовая единица [23].

1.2 Виды туризма

Туризм соотносят по отдельным однородным признакам, зависящих от определенных практических целей. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, виды и формы. Выделяются следующие типы туризма:

Внутренний туризм – путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны.

Въездной туризм – путешествия граждан в пределах государственных границ какой-либо страны.

Выездной туризм – путешествия резидентов одной страны в какую – либо другую страну.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма: лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, деловой, сельский, событийный туризм, ностальгический, гастрономический, научный, спортивный, круизный, экологический, религиозный и паломнический, образовательный, космический, приключенческий, транзитный [2].

Кроме такой простой классификации применяются и более обширные виды. Это классификации: по правовому статусу, по социальному статусу, по количеству участников, по сезонности.

Таким образом, анализируя современное состояние туристической отрасли России следует отметить, что перспективы развития внутреннего туризма здесь очень неплохие. Это связано и с увеличением благосостояния российских граждан. Растет интерес к просторам страны, к ее широким возможностям в области экологического и экстремального туризма, который пользуется большой популярностью в мире, к речным круизам. Но основой внутреннего туризма по-прежнему остаются пляжный и культурно – познавательный туризм.

Усиление внимания государства к важнейшим направлениям повышения конкурентоспособности российской сферы туризма, в частности созданию современной туристской индустрии, формированию и продвижению отечественного туристского продукта на мировом рынке, повышения привлекательности отдельных видов въездного туризма, проявляется в поддержке создания туристско-рекреационных особых экономических зон [26].

В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

Лечебно–оздоровительный, культурно–познавательный, деловой, сельский, событийный туризм, ностальгический, гастрономический, научный, спортивный, круизный, экологический, религиозный и паломнический, образовательный, космический, приключенческий, транзитный, сезонный.

Таким образом, анализируя современное состояние туристической отрасли России следует отметить, что перспективы развития внутреннего туризма здесь очень неплохие. Это связано и с увеличением благосостояния российских граждан. Растет интерес к просторам страны, к ее широким возможностям в области экологического и экстремального туризма, который пользуется большой популярностью в мире, к речным круизам. Но основой

внутреннего туризма по-прежнему остаются пляжный и культурно-познавательный туризм.

Усиление внимания государства к важнейшим направлениям повышения конкурентоспособности российской сферы туризма, в частности созданию современной туристской индустрии, формированию и продвижению отечественного туристского продукта на мировом рынке, повышения привлекательности отдельных видов въездного туризма, проявляется в поддержке создания туристско-рекреационных особых экономических зон [20].

1.3 Факторы развития туризма

Развитие туризма стимулирует приток в инфраструктуру огромных инвестиций, большая часть которых идет на улучшение качества жизни как местного населения, так и туристов. Он обеспечивает правительствам значительные финансовые поступления в виде налоговых сборов на организаторов туризма – туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты). Предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, дома отдыха и т. д.).

Предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.). Транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.), экскурсионное бюро, производственные туристские предприятия (производство туристских сувениров, гостиничной мебели, туристского снаряжения), предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров), Предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.), учреждения самодетельного туризма (туристские, альпинистские, велосипедные клубы). Органы управления туризмом (государственные

учреждения, общественные туристские организации). Учебные, научные и проектные учреждения [22].

Большая часть новых рабочих мест и предприятий в туризме создается в развивающихся странах, что позволяет сбалансировать возможности экономического роста, а также содействует закреплению жителей в сельской местности, предотвращая их отток в перенаселенные города. Основные факторы развития туризма:

1. Социально – экономические факторы.

К ним относятся: характер общественно – экономического строя, степень развития производительных сил, индустриализация и научно-техническая революция. Объем и структура свободного времени; материальное благосостояние; Трудовая деятельность, культурный уровень, профессиональная и образовательная структура населения. В частности, в периоды экономических спадов 2004-2005 гг., 2008-2010 гг. слабая экономическая ситуация в зоне евро приводит к снижению расходов на туризм, меняет потребление западных европейцев. Обменные курсы (долларов США/евро, британский фунт/евро и иены/евро) также повлияли на туристические потоки в пределах Европы. Страны еврозоны потеряли сравнительные преимущества перед другими туристическими регионами мира, особенно для туристов из США, из-за непрерывного роста курса евро. Аналогичным образом, евро укрепился относительно цены, что делает еврозону менее привлекательной для японских туристов [15].

2. Разнообразие потребительского спроса.

Численность, территориальное распределение населения, возрастная структура, урбанизация.

3. Демографические факторы.

Демографические тенденции в Европе характеризуются устойчивым ростом числа пожилых людей (65 лет и старше), на которых приходится 17% её населения. Европа – самый пожилой регион мира. Здесь постоянно

возрастает число одиночек без семьи и число супружеских бездетных пар. Сегодняшних пожилых туристов путешествия интересуют больше, чем их сверстников в предыдущих поколениях. Они обычно более активны и имеют деньги и время для путешествий, включая межсезонье. Это не только предполагает склонность тратить больше средств на длительные поездки, которые обеспечивают приятные жилищные условия («жилой туризм»), но также более высокую частоту поездок.

4. Экологические и медико – биологические факторы

Качество среды постоянного проживания и состояние здоровья населения. Среди других факторов, которые могут оказать воздействие на будущее развитие туризма, в первую очередь можно назвать распространение во всем мире инфекционных болезней, таких, как СПИД, которые могут приостановить туристские потоки в некоторые регионы Земли, где особенно распространена эта страшная болезнь [36].

5. Политические факторы.

Стабильность внутренней политики и внешнеполитических отношений; расширение международных политических, экономических, научных, культурных связей и сотрудничества; упрощение паспортного и таможенного режима; социальная политика государства. Создание Европейского союза без внутренних границ со свободным передвижением товаров, услуг и людей, с унификацией налоговой политики и дерегулированием транспорта создает условия для всего большего развития туризма в этом районе земного шара. Расширение состава ЕС в 2004-2007 гг. и включение новых стран (Чехия, Эстония, Кипр, Латвия, Литва, Венгрия, Мальта, Польша, Словения, Словакия, Румыния, Болгария) придало новый импульс туризму в эти области и из них. Развитие приграничной торговли и сотрудничества между «старыми» и «новыми» членами привело к дальнейшему развитию и внутриевропейского туризма. Присоединение к ЕС в 2007 г. Румынии и Болгарии и начавшиеся переговоры о присоединении с другими странами (Хорватия, Македония, Турция) усилили эту тенденцию. Миграционный и визовый контроль также

продолжают быть препятствием для роста поездок в Европе, в частности между восточноевропейскими (например, Россия и Польша) и западноевропейскими странами. Отмена или ослабление визового режима, сокращение длительности бюрократических процедур и высоких затрат окажут положительное влияние на спрос на путешествия, без роста каких-либо рисков для безопасности.

6. Материально – технологические факторы

Определяются уровнем техники и технологии в отраслях транспорта, строительства, связи, коммуникаций; в средствах массовой информации; системе коммунально-бытовых служб. торговли и общественного питания. развитие воздушного сообщения и удешевление авиабилетов, автомобильный бум и доступность цен на автомобили для среднего потребителя. 1950-2010 гг.: число личных автомашин в ФРГ выросло с 0,5 млн. до 44 млн., в Швейцарии – с 0,15 млн. до 3,4 млн. В ФРГ в 1954г. личные автомобили составляли 19% от общего числа транспортных средств, использовавшихся туристами в качестве основного средства передвижения на отдыхе, а авиатранспорт не использовался вообще. В 2010 г. этот показатель составил 80%. Развитие Интернета, электронной коммерции, сближение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и мультимедиа, распространение технологий мобильной связи (GSM, UMTS и т.д.), навигационной системы (GPS), совсем недавнее появление социальных сетей и Web 2.0 - являются факторами, которые оказывают сильное воздействие на решение потребителей о выборе направления и вида путешествии. Увеличение частоты поездок и их более короткий срок также стимулируются распространением дешёвых билетов на рейсы авиакомпаний, что было признано в качестве одной из главных движущих сил туризма в Европе в XXI веке [5].

7. Экологический фактор.

В ближайшем будущем произойдут изменения в сторону долгосрочной жизнеспособной экологической стратегии вместо ограниченной с точки зрения извлечения сиюминутной выгоды. Так, если раньше акцент делался на строительстве зданий гостиниц и тем самым наносился ущерб окружающей

среде, то в будущем предпочтение будет отдаваться программам обновления и реконструкции, например, в Швейцарии к 2010г. обновлено 40% действующих отелей. С развитием туризма, как считают специалисты, появится «новый» турист. Это означает, что традиционный вид семейного туризма с проведением отпуска каждый год где-нибудь на море или в горах постепенно уступит место новым видам, а именно экотуризму, приключенческому и познавательному туризму.

8. Социально-психологические факторы

Вспышка птичьего гриппа в конце 2004 – начале 2005 гг. в Азии (Индонезия, Корея, Таиланд, Китай, и т.д.) и распространение её на домашних и диких птиц в Российской Федерации, Турции, Румынии и других странах Восточной Европы и Северной Африки, как правило, препятствовало туризму в эти районы. необоснованные опасения, что могут возникнуть пандемия человеческого гриппа, в 2006 г. привела к спаду мобильности туристов по всему миру.

9. Природные факторы

Характеризуются разнообразием климатических, ландшафтных условий; экзотичностью флоры и фауны; наличием источников минеральных вод, месторождений лечебных грязей и др. разрушения от цунами в Южной и Юго-Восточной Азии (особенно в Шри-Ланке, Мальдивах, Таиланде и Индонезии) 26 декабря 2004 г. вызвало большую потерю человеческих жизней и спад туризма в этих регионах. Однако спад имел лишь ограниченное влияние на глобальный туризм, потому что доля рынка по этим регионам невысокая (по данным ВТО, около 3% от общего числа турпоездок в 2010 г. и ущерб был ограничен несколькими прибрежными курортами в каждой стране.

10. Культурно – исторические факторы

Отражают богатство материальной и духовной культуры народов и включают: старинные города, памятники архитектуры; местности, связанные со знаменательными событиями истории; коллекции исторических музеев; места археологических раскопок и т.д. Образование и подготовка кадров в будущем

туризма займут более важное место хотя бы потому, что туризм является и становится все более высокотехнологичной, очень контактной сферой, в которой кадры должны быть хорошо образованны, коммуникабельны, профессионально подготовлены, должны владеть несколькими языками и хорошо представлять себе природу туризма [33].

1.4 География турпотоков

Долгое время в туристическом потоке лидировала Европа. К 19 началу-20 веков лидерство приобрели США до 1950 годов. В 1970 – е годы ситуация изменилась кардинально и с 1–го места, которое те занимали по числу международных туристских прибытий переместились на 5–е. К началу 1970-х годов на смену американоцентризму в мировой индустрии туризма пришла новая, трёхполюсная, конфигурация сил, которая сохраняется и поныне. Сложились сразу три центра экономического и одновременно туристского притяжения — США, Западная Европа и Япония.

Большая связность мирового туристского пространства достигается также благодаря обмену туристами между «Центром», с одной стороны, и «Полупериферией» и «Периферией» — с другой. Этот обмен выступает специфической формой внешней торговли услугами в сфере туризма. Она подчинена общим условиям торговли в мировом хозяйстве, в частности, установлению цен при экспортно-импортных операциях в пользу развитых стран.

На мировом рынке путешествий, где потребитель продвигается к поставщику туристских услуг, заниженный уровень цен в развивающихся странах служит привлечению иностранных туристов и задает направленность туристскому движению из стран «Центра», где уровень жизни населения сравнительно высок, в бедные страны «Полупериферии» и «Периферии» (рис.2) [22].

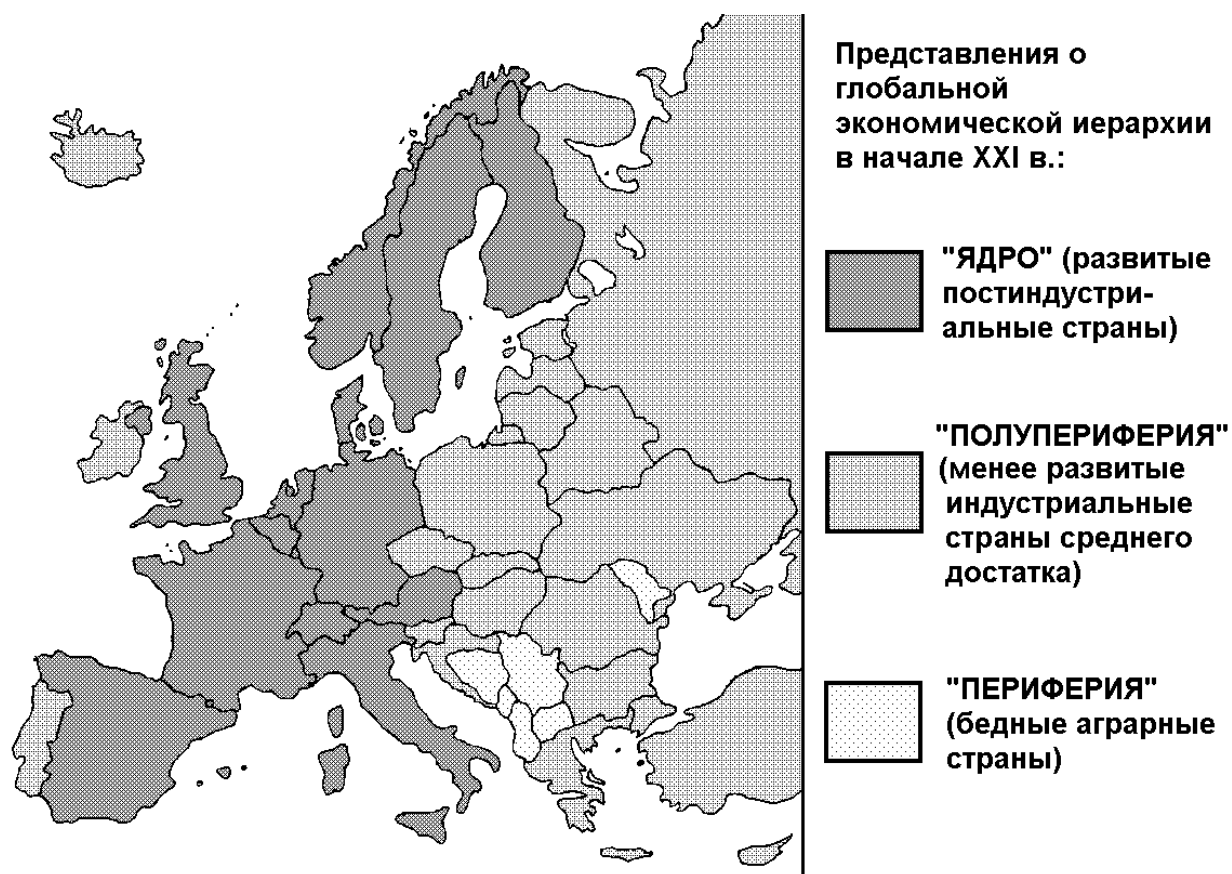


Рисунок 2 – Глобальная экономическая иерархия XXI века [10]

При этом обслуживание иностранных туристов в государствах «Полупериферии» и «Периферии» часто организуют туристские компании «Центра», которые и получают основные доходы от этого бизнеса, а затем вывозят их на родину.

В начале XXI века «Центры»: США, Франция, Германия, Великобритания, Италия, Япония и др. Выделяются не только по экономическому и научно-техническому, но также и по туристскому потенциалу. В них зарождаются и сюда же направляются главные мировые туристские потоки. Их отличает диверсифицированный рынок туристских продуктов, на котором представлены практически все известные виды путешествий, а также высокая интенсивность туристских обменов. Эти страны, с одной стороны, ведут между собой борьбу за мировое лидерство в сфере международного туризма, а с другой — объединяют и координируют усилия в

целях контроля над рынками сбыта. Сложившиеся в них системы туризма отличаются разнообразием функций и особой внутренней устойчивостью. Для стран «Центра» характерен очень высокий уровень концентрации капитала и та ведущая роль, которую местные корпорации играют в мировом туристском и гостиничном бизнесе. Здесь генерируются главные инновации в сфере туризма, которые затем в ходе географической диффузии получают распространение в мире [32].

Перспективный туристский рынок для стран «Центра» находится в Восточной и Юго-Восточной Азии, где отмечается бурный рост въездного и выездного туризма. В настоящее время туристский поток из Азиатско-Тихоокеанского региона в Европу, прежде всего в Западную Европу, относится к самым крупным межрегиональным туристским потокам в мире (около 15 млн. прибытий в 2013 г.).

Он уступает лишь трансатлантическому туристскому обмену между Западной Европой и Северной Америкой. Всемирная туристская организация прогнозирует дальнейший рост международного туризма в этом регионе, особенно в Китае [24].

Индустриальные «полупериферийные» страны, куда входят и такие крупные по площади и населению государства, как Китай, Индия, Индонезия, Бразилия, Россия, Мексика и др., составляя 56% численности населения мира, обслуживают лишь 39% международного туристского потока, получая при этом 32% мировых доходов от туризма. Туристская нагрузка в этих странах (1 интурист на 10 местных жителей в год) и доходы от одного иностранного туриста (770 долл. в год) мало отличаются от соответствующих показателей в странах бедной аграрной «периферии».

«Полупериферия» мирового туристского пространства объединяет «новые» туристские страны с активно формирующейся при поддержке государства полифункциональной системой международного туризма, преимущественно внутрирегиональной направленностью туристских потоков и растущим межрегиональным туристским обменом. Они ускоренно проходят

стадию формирования современного рынка туризма, которая характеризуется высокой интенсивностью внешних туристских обменов. Активно включившись в процессы глобализации, эти страны вступили в открытую борьбу за рынки сбыта с признанными лидерами международного туризма, демонстрируя свою конкурентоспособность. Их доля на мировом рынке путешествий возрастает. Однако развитие международного туризма, в целом имеющее поступательную направленность, отличается неравномерностью и нестабильностью [4].

К началу XXI века костяк «Полупериферии» составляют новые индустриальные страны Азии «первой и второй волны» (Сингапур, Таиланд, Малайзия и др.), преодолевшие отсталость и совершившие исторический прорыв к достижениям современной цивилизации. Некоторые из них (в частности, Сингапур) вплотную приблизились по основным показателям международного туризма к странам «Центра». Их стремительное вхождение в мировой рынок путешествий явилось следствием глубоких преобразований в обществе и экономике, реализации инновационной модели развития, перестройки форм участия в международном разделении труда, в том числе туристском, главным образом, на основе внутренних факторов.

В результате «Центр» мирового хозяйства и одновременно глобального туризма все больше смещается в направлении Азиатско-Тихоокеанского региона. Особняком стоит группа бывших социалистических стран Центральной и Восточной Европы. Их переход к рыночной экономике и включение в мировое капиталистическое хозяйство сопровождается активизацией международных туристских обменов.

В этих странах имеются неплохие перспективы развития международного туризма в постиндустриальную эпоху. Согласно прогнозам ВТО, к 2020 г. первая десятка государств мира по количеству туристских прибытий уже наполовину будет состоять из стран «полупериферии», которые составят серьезную конкуренцию по величине туристских потоков странам «ядра». В десятку первых стран мира по количеству туристских прибытий могут войти Сянган (специальный район КНР), Россия и Чехия, а Мексика и Китай должны

укрепить свои позиции среди лидеров (возможен также выход Китая на первое место в мире).

«Периферия» мирового туристского пространства имеет неоднородную структуру. В ней явственно выделяются «продвинутая Периферия» и «глубокая Периферия». Костяк «продвинутой Периферии» составляют latinoамериканские страны, прежде всего, малые островные государства Карибского бассейна. Они имеют отсталую структуру экономики, в которой международный туризм, наряду с сельским хозяйством, часто выступает основной отраслью хозяйств и главной отраслью специализации в международном географическом разделении труда. Современная туристская инфраструктура своим стремительным развитием здесь обязана притоку капитала из США. Для привлечения иностранных инвестиций во многих странах этой группы были специально созданы оффшорные зоны. Островные государства Карибского бассейна имеют узкую специализацию на приморском оздоровительном туризме и приеме туристских потоков из стран Северной Америки.

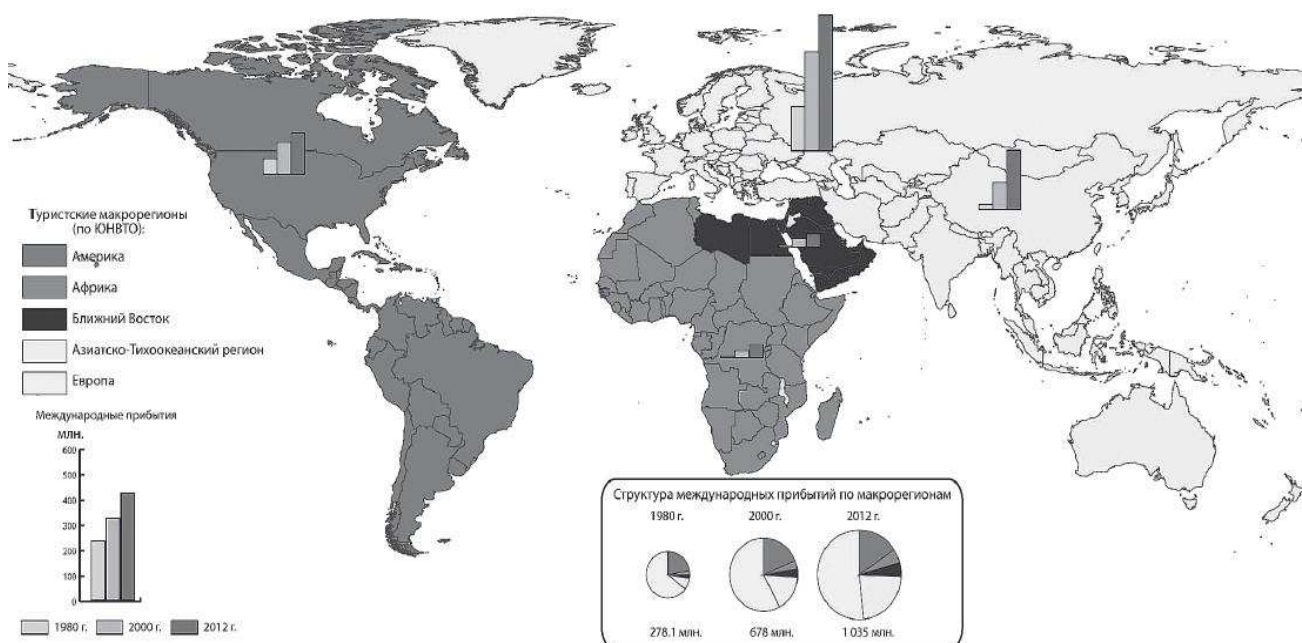


Рисунок 3 – международные туристические прибытия по регионам в 2012 г. (млн. прибытий) [14]

«Глубокую Периферию» образуют экономически отсталые страны Африки и Южной Азии, где рынок туризма находится на начальной стадии формирования. Развитие туризма здесь носит анклавный, очаговый характер.

Большая часть территории этих стран исключена из сферы туризма. Внутренний туризм практически отсутствует, а международный туризм, как въездной, так и выездной, носит элитарный характер. Из приведенных данных видно, что Европа, продолжая оставаться крупнейшим регионом международного туризма в мире, постепенно сдает свои позиции абсолютного лидера. Отмечается и существенное снижение доли Американского региона. Во второй половине XX века Европа и Америка были ключевыми туристскими регионами, но их доля постепенно снижается, а темпы роста числа туристских прибытий по сравнению с другими регионами невысоки (но достаточно стабильны).

Наиболее быстрыми темпами, хотя и нестабильно, растет число туристских прибытий в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, который вышел на второе место в мире, начиная с 2012 г. Эксперты говорят о наступлении «тихоокеанской эры» в развитии международного туризма (рис. 3). Следует, однако, помнить о том, что большинство туристских поездок продолжает осуществляться внутри региона АТР. Несмотря на многочисленные политические и экономические проблемы, достаточно высокими темпами растет число туристов, посещающих Африку и особенно Ближневосточный регион. В ближайшем будущем стоит ожидать усиления этих тенденций и существенного возрастания туристских потоков, в первую очередь, в азиатские страны. Уже сейчас темпы роста туристских потоков и поступлений от туризма в эти регионы часто выражаются двузначными цифрами в отличие от более скромных показателей традиционных туристских лидеров — стран Европы и США, однако они не так стабильны и более подвержены воздействию лимитирующих туристское развитие факторов.

2 Российский туризм как фактор развития регионов

2.1 Положение российской туристической индустрии в экономике страны

Российский туризм постепенно завоевывает достойное место на мировом туристическом рынке. В рейтинге UNWTO в 2012 г. Россия пошла в десятку мировых лидеров по годовым показателям туристических прибытий, заняв 9-е место (табл.1), определив все страны по годовым темпам роста (12-14%).

Таблица 1 – Рейтинг стран – лидеров по туристическим прибытиям и доходам

Международные туристические прибытия, млн.		Доходы от международного туризма млрд. долл. США	
1	2	3	
1. Франция	83,0	1. США	126,2
2. США	67,0	2. Испания	55,9
3. Китай	57,7	3. Франция	53,7
4. Испания	57,7	4. Китай	50,0
5. Италия	46,4	5. Макао	43,7
6. Турция	35,7	6. Италия	41,2
7. Германия	30,4	7. Германия	38,1
8. Великобритания	29,3	8. Великобритания	36,4
9. Российская Федерация	25,7	9. Гонг-Конг	32,1
10. Малайзия	25,0	10. Австралия	31,5

Однако опережающие темпы роста по туристическим прибытиям стали характерны для нашей страны только последние годы (рис.4). Сдержанный рост иностранного туристического потока в Россию в предыдущий период был следствием роста цен на транспортные услуги, удорожания стоимости

туристического продукта при невысоком уровне качества услуг в российских дестинациях, ненадлежащего обеспечении безопасности, визовых формальностях.

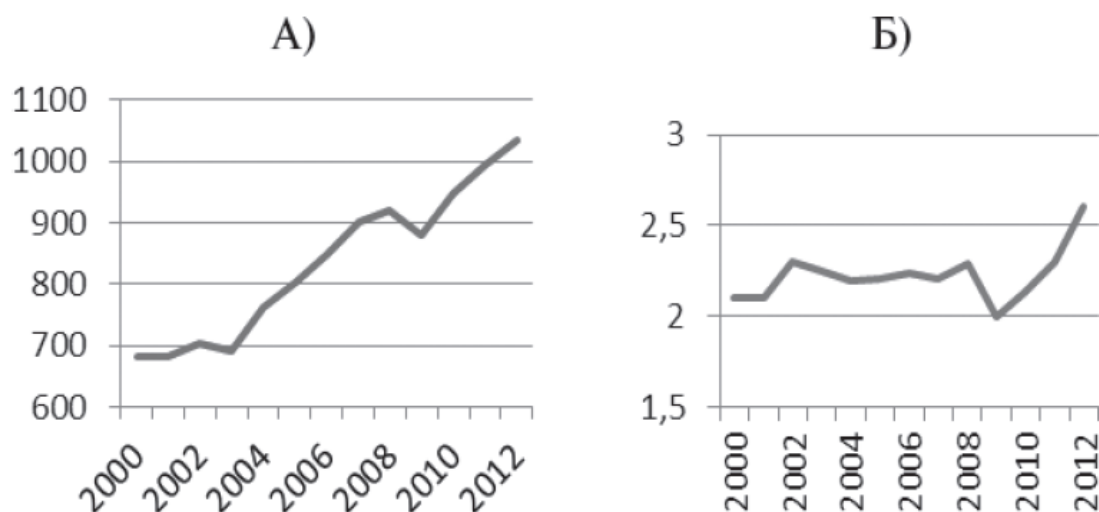


Рисунок 4 – А – Динамика международных туристических прибытий. Б – Въезд иностранных граждан в целях туризма в РФ [12]

Другой ключевой показатель, определяющий место на международном туристическом рынке – доходы от международного туризма. Это показатель отражает относительную производительность в туризме, но, также, зависит от привлекаемого контингента туристов, длительности их пребывания, затрат на дорогу, стоимости проживания и колебаний курса валют. Как видно из таблицы, по данному показателю Россия в десятке стран – лидеров отсутствует и, хотя рост доходов от туризма в 2012 г. Составил 22%, она входит только в третью десятку стран с показателем 11,2 млрд. долл. Безусловными лидерами по доходам от туризма являются: США, Испания, Франция, Китай.

Таблица 2 – Рейтинг стран по туристическим прибытиям в РФ (человек)

Страна	Количество прибытий	Страна	Количество прибытий
1	2	3	4
1. Германия	375 285	26. Казахстан	23 832
2. Китай	343 357	27. Литва	21 060
3. США	179 763	28. Норвегия	20 617
4. Великобритания	135 949	29. Беларусь	19 695
5. Финляндия	120 306	30. Бельгия	18 568
6. Италия	1118 729	31. Гонконг	16 983
7. Турция	100 918	32. Дания	16 723
8. Франция	99 581	33. Сербия	16 227
9. Израиль	85 955	34. Греция	14 525
10. Испания	70 291	35. Иран	14 005
11. Республика Корея	48 425	36. Туркмения	13 548
12. Япония	44 667	37. Мексика	13 155
13. Украина	38 450	38. Тайвань (Китай)	12 270
14. Канада	36 260	39. Чешская республика	12 252
15. Австралия	33 021	40. Узбекистан	11 567
16. Нидерланды	32 533	41. Аргентина	11 521
17. Латвия	32 125	42. Вьетнам	11 516
18. Монголия	31 035	43. Таиланд	10 410
19. Польша	30 088	44. Азербайджан	9 656
20. Швейцария	28 845	45. Португалия	8 585
21. Австрия	28 076	46. Армения	7 522
22. Эстония	27 436	47. Респ. Молдова	7 220
23. Бразилия	27 180	48. Болгария	7 096
24. Индия	26 598	49. Колумбия	6 966

25. Швейцария	23 862	51. Венгрия	6 302
---------------	--------	-------------	-------

Если доля России в туристском рынке Европы по показателю прибытий составляет 4,8% (7-е место), то по доходам от туризма только — 2,4% (делит 13-е место с Польшей и Португалией). Однако, среди стран Центрально-Восточной Европы по этим же показателям, РФ (вместе с Польшей) занимает первое место. Очевидно, что для России с ее не меньшим чем в странах, успешно зарабатывающих на туризме, туристским потенциалом это весьма скромное место.

Лидером по числу туристских поездок в Россию является Германия (табл.2). Вторую позицию, опережая США, занимает Китай. Причем Китай показывает самый большой рост туристского потока на мировом рынке и в России, в частности. В десятку лидеров входят Великобритания, Финляндия, Италия, Турция, Франция, Израиль. Однако, в целом, по странам Евросоюза наблюдается лишь небольшой рост турпотока в Россию в последнее десятилетие. Большой прирост туристского потока в России дает Израиль. Также увеличивается число туристов из таких стран, как Швеция, Австралия, Испания. Наибольшей стабильностью за счет транзитных туристов отличается турпоток из Австралии. Есть положительная тенденция посещения России туристами из Японии.

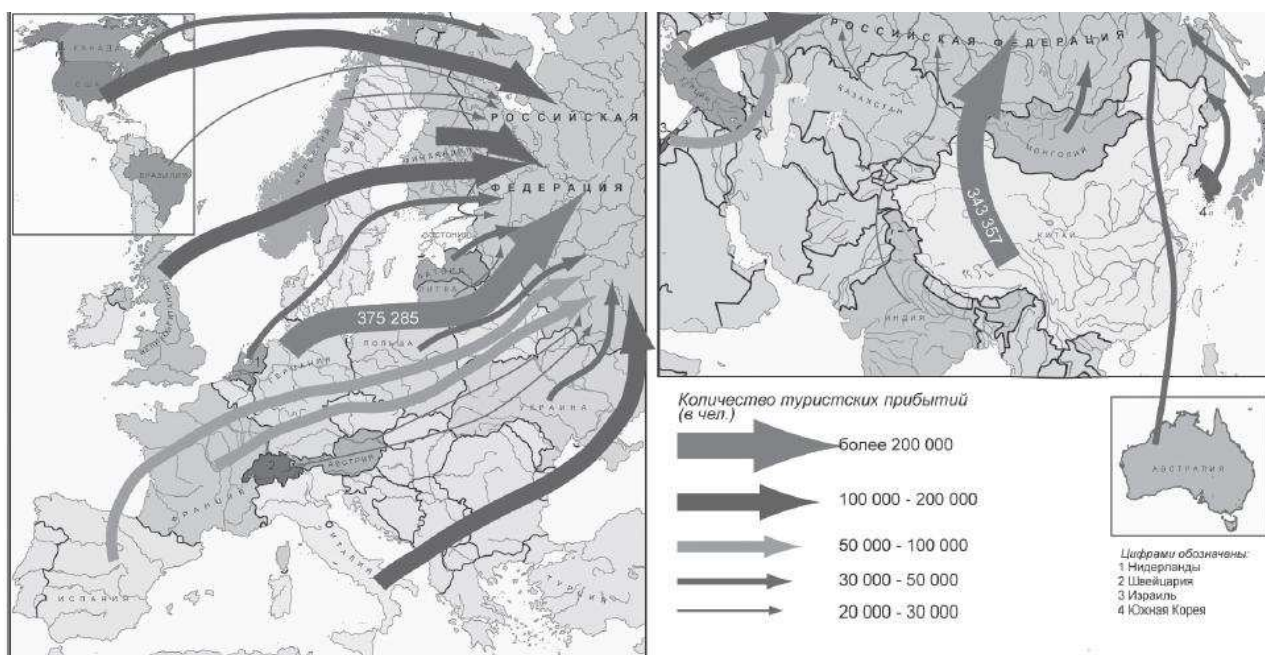


Рисунок 5 – потоки прибытий в Россию [14]

Наиболее репрезентативно географию популярности России на мировом рынке отражает коэффициент количества поездок количеству жителей страны выезда. По данному показателю лидерство держат Финляндия, Эстония, Латвия и Израиль. Однако, следует отметить, что Финляндия и Эстония за последнее десятилетие снизили въезд туристов в Россию почти вдвое. Аналогичное снижение притока туристов, начиная с 2008 г., наблюдалось из Латвии. В первую двадцатку стран, по интенсивности турпотока в Россию (свыше 2 поездок/тыс. жит.) входят в основном соседи России (Литва, Украина, Норвегия) и страны Евросоюза (Германия, Австрия, Дания, Швеция, Испания, Нидерланды, Италия, Великобритания). Наиболее стабильным ростом потока иностранных туристов в Россию в последнее десятилетие отличаются Израиль, Германия, Испания, Нидерланды и ряд других стран. Наибольшим падением потока туристов в Россию (более 30 раз) в этот период характеризовалась Польша, наибольшей нестабильностью потока — Украина и Литва.

По оценкам ИЖУТО, при соответствующем уровне развития инфраструктуры потенциал России позволяет принимать до 40 млн иностранных туристов. Однако на сегодняшний день количество приезжающих в Россию иностранных гостей с деловыми, туристскими и частными целями не соответствует ее потенциалу.

Одна из особенностей современного российского туризма — его ориентация преимущественно на выездной туризм, несмотря на то, что в мировой практике наиболее выгодными с точки зрения доходов экономики являются внутренний и въездной туризм. Но мнению экспертов, для сбалансированного развития национального рынка, оптимальной является пропорция: один въездной турист — один выездной — четыре внутренних. Для отечественного внутреннего рынка типично развитие обратной тенденции. Рост въездного туризма по темпам значительно отстает от выездного (рис.5), и, в результате

развивается тенденция снижения доли въездного потока в совокупных туристских потоках России.

На сегодняшний день туризм в России активно развивается. Многих туристов привлекает уникальная природа, интересная история и богатая культура России. Туристы могут посетить относительно нетронутые человеком уголки природы. Историко – культурное и природное наследие является одним из наиболее привлекательных туристских ресурсов. Поэтому, рассмотрим данные Росстата (табл.1), которые показывают количественные данные по сфере услуг, продукции, численности работников, количеству туроператоров, гостиниц, мотелей, пансионатов расположенные в стране. Так же численность иностранных граждан посетившие нашу страну за определенный период и какие именно посетили Россию.

По данным Росстата Россию в большей степени посещают туристы стран Европы. Это в свою очередь связано с близким экономико – географическим положением. Этим странам выгоднее посещать Россию из-за не стабильного курса рубля, который с 2014 года резко понизился в связи с ухудшением внешне –политической ситуации России на мировом рынке.

Если сравнивать 2014 и 2015 года, то нужно обратить внимание, что посещение Украины резко возросло, связано это прежде всего с вооруженным конфликтом на востоке страны. Странам СНГ выгодно посещать Россию так как для этих стран введены законы в рамках содружества.

Затрагивая тему СНГ нужно отметить, туристов из стран СНГ в 2015 году прибыло 1167800 человек. Размещены были в гостиницах, мотелях и пансионатах. Данные Росстата представлены на (рис.6) по данным [3].

Численность иностранных граждан из стран СНГ

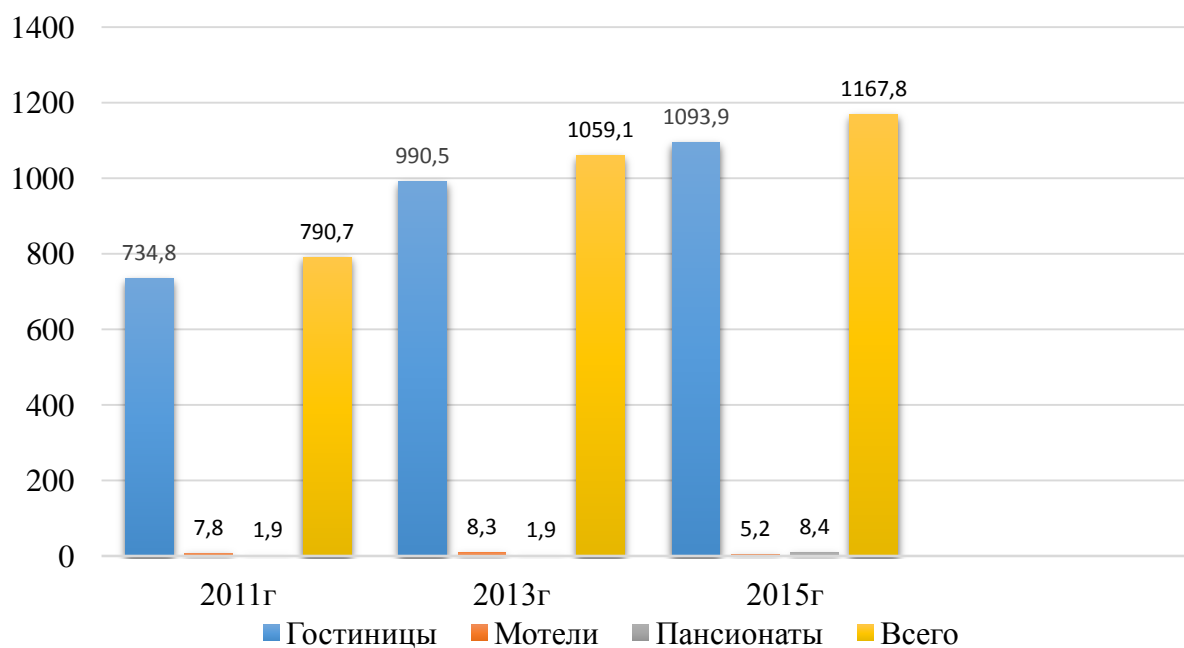


Рисунок 6 – Численность иностранных граждан, размещенных в гостиницах, отелях, пансионатах [выполнено автором]

Напомним, на территориях стран – участниц СНГ действует безвизовый режим, гарантия правовой защиты, пенсионеров при переселении обеспечивают жильем, гарантия правовой защиты, безопасность в данных странах, охрана здоровья, возможность получения высшего образования, общее воздушное пространство. Все это дает хорошую опору для развития туризма для России (табл.3) [30].

Таблица 3 – Численность иностранных граждан, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения

	Численность иностранных граждан из стран СНГ (тысяч)					
	2000	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Гостиницы и аналогичные средства размещения – всего	1164,3	790,7	904,4	1059,1	1187,5	1167,8
из них:						
Гостиницы	...	734,6	844,4	990,5	1095,3	1093,9

Окончание таблицы 3

1	2	3	4	5	6	7
Мотели	...	7,8	13,3	8,3	7,6	5,2
Пансионаты	...	1,9	1,9	1,9	7,3	8,4

На таблице и рисунке представлен численность иностранных граждан из стран дальнего зарубежья за период с 2011 по 2015 года. Обращая внимание на столбцы, можно наблюдать динамичное развитие и увеличение числа посетивших страну. Всего посетивших в 2015 году составило 3.733200 человек (рис.7).

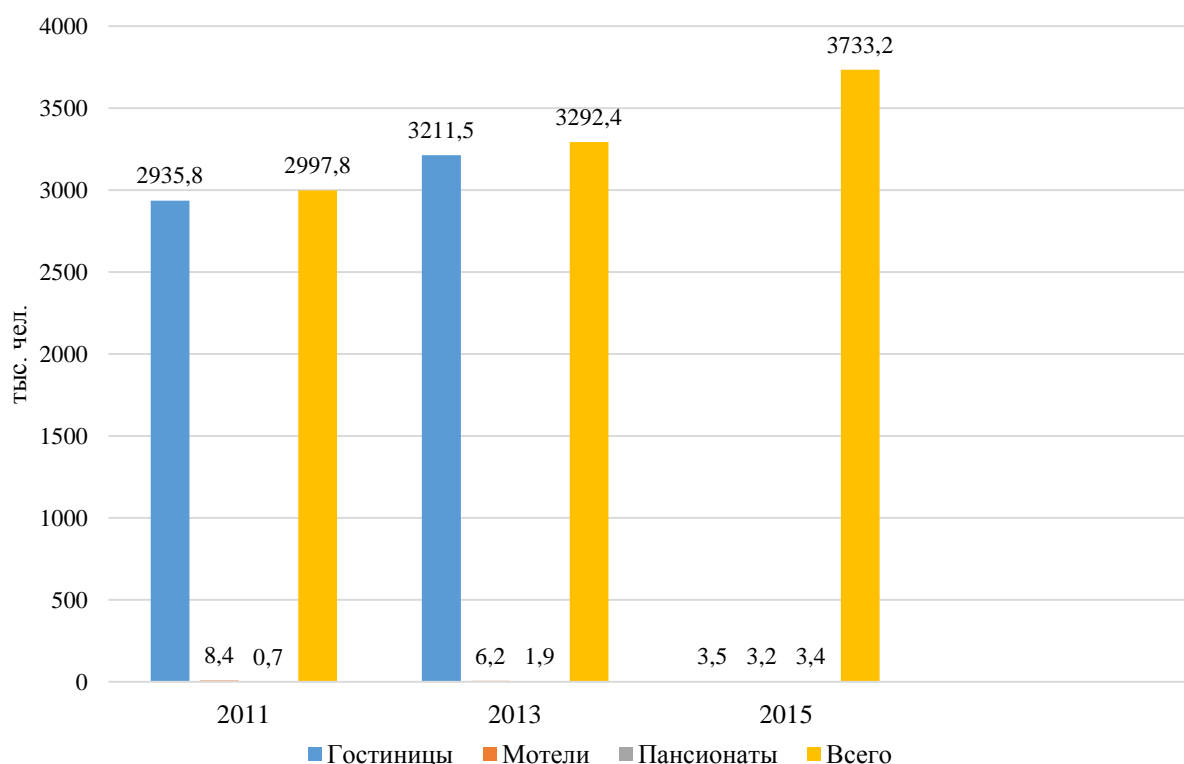


Рисунок 7 – Динамика посещения иностранных туристов из стран дальнего зарубежья
[выполнено автором]

Предпочтение в жилищных условиях иностранные туристы отдают в большей степени гостиницам, на втором месте мотели и в последнюю очередь выбирают пансионаты.

Таблица 4 – Численность иностранных граждан из стран дальнего зарубежья

1	Численность иностранных граждан из стран дальнего зарубежья (тысяч человек)					
	2000	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Гостиницы и аналогичные средства размещения – всего из них:	1788,0	2997,8	3222,8	3292,4	3293,4	3733,2
Гостиницы	...	2935,8	3172,1	3211,5	3240,0	3684,3
Мотели	...	8,4	9,2	6,2	5,1	3,2
Пансионаты	...	0,7	1,2	1,9	4,1	3,4

Это связано с повышением уровня жизни населения, доход заработной платы стал выше прожиточного уровня. По этой причине повысился интерес у иностранных граждан к сфере туризма России (табл.4).

С 2009 года – без учета микропредприятий. По оценке, в 2013 году число санаторно – курортных организаций и организаций отдыха составляло 4716000 с числом коек (мест) в них 711 тысяч [7].

Число санаторно-курортных организаций и организаций отдыха

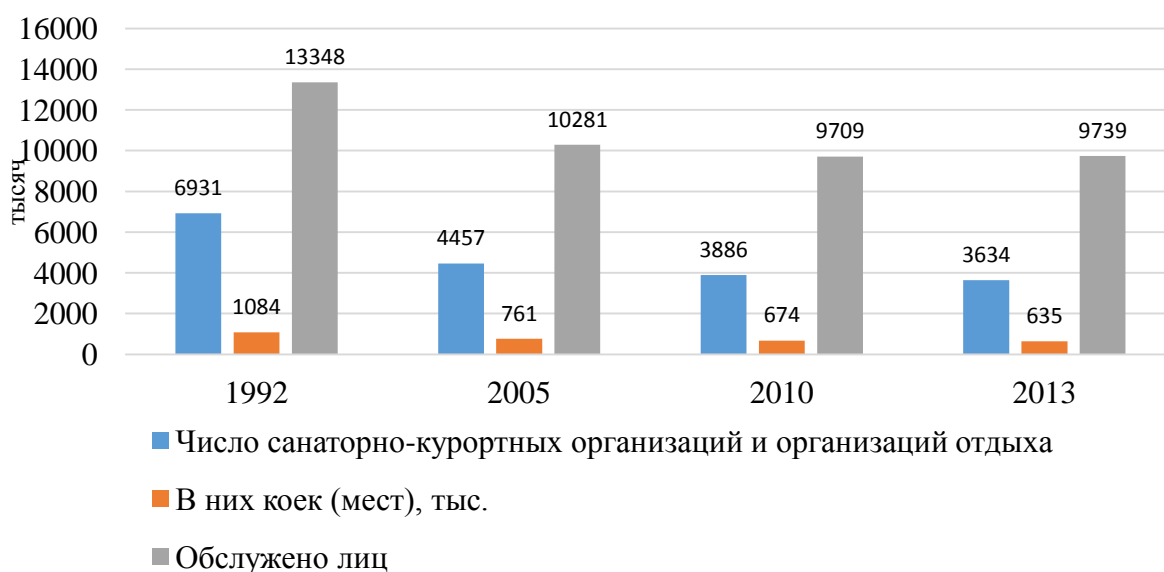


Рисунок 8 – Число санаторно – курортных организаций и организаций отдыха
[выполнено автором]

По рисунку 8 видим динамику, идущую на спад по количеству обслуженных лиц. Так в 1992 году обслужено было 13348000, а в 2013 году 9739000 человек. Такой спад можно объяснить повышением цен на проживание, питание, транспорт. Не соответствие цен с реальной стоимостью привело к стаду посещаемости. Снижением цен на путевки в странах Азии, где уровень туристической индустрии более развитый. Проявлению интереса у туриста к пляжным видам отдыха [12].

Таблица 5 – Численность лиц, размещенных в гостиницах и алогичных средствах размещения (тыс. чел.)

	2000	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Гостиницы и аналогичные средства размещения – всего	16559,3	24124,7	26604,5	27702,4	28956,2	30526,1
Гостиницы	-	21552,3	23822,6	24875,4	26053,1	27385,1
Мотели	-	310,6	334,2	312,8	337,0	293,8
Пансионаты	-	555,6	590,2	682,8	697,9	812,9

Данный график был построен по данным таблицы численности лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения (табл.5).

В таблице и рисунке представлено общее количество граждан из всех государств, которые посетили Россию в период с 2000 по 2015 года.

Динамика размещения граждан в гостиницах и аналогичных средствах размещения (гостиницы, мотели, пансионаты)

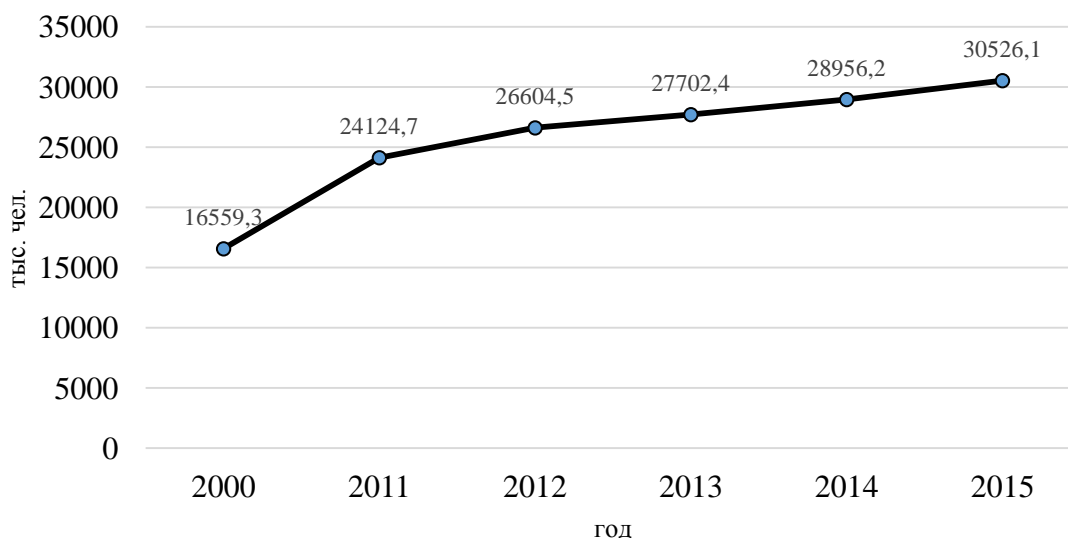


Рисунок 9 – Число санаторно – курортных организаций и организаций отдыха [выполнено автором]

Нужно отметить, что в 2000 годах был экономический кризис во всем мире. Соответственно туризм тоже претерпевал не лучшие времена. Но с приходом к власти Путина В.В. экономика России стала подниматься (рис.9). В 2011 году туристов прибыло 24124700 человек. В данное время у России сложилась сложная политическая ситуация. Но несмотря на это, посещаемость нашей страны только увеличивается. Темпы развития постепенно растут, так как государство понимает важность развития туризма в стране. В планах правительства появляются новые законы, направленные создание проектов по привлечению иностранного капитала из сферы туризма. Проводится ряд мероприятий, на которых обсуждаются проекты по созданию и выявлению мест благоприятных для туристической направленности. В каждом регионе России есть исторически значимые места, достопримечательности, культурные места, зоны отдыха. Для того, чтобы эти локации преувеличивать и приумножать, необходимы планы, сметы, проекты, разработки и мероприятия, проводимые государством, после которых будут выявлены новые тенденции и выбраны лучшие пути решения задач [1].

2.2 Проблемы развития российской туристической индустрии

Расширяется въездной поток в Россию. Общее число прибытий иностранных граждан в страну с 1995 по 2005 гг. более чем удвоилось и достигло 22,2 млн человек. Однако этот рост был обеспечен в основном за счет увеличения числа прибытий из стран СНГ с частными целями, среди которых велика доля нелегальной трудовой миграции. Величина выездного потока из стран Дальнего зарубежья, в том числе с туристскими целями, росла медленнее. На долю России, обладающей огромным туристским потенциалом в силу уникального географического положения, разнообразия природных и культурно-исторических ресурсов, высокого качества человеческого капитала, приходится менее 1% мировых туристских потоков [9].

На мировом туристском рынке известны и популярны небольшое число городов и регионов страны: еще с советских времен — города Москва и Санкт – Петербург, Золотое кольцо, озеро Байкал, из более поздних — Камчатка, Горный Алтай, Карелия, Кольский полуостров, Соловецкие острова, дельта Волги, Калининградская, Псковская области и др. Но лишь немногие из них принимают значительные туристские потоки. Ряд факторов сдерживает развитие въездного туризма в Россию. В их числе:

1. Рост цен на въездной и внутренний турпродукты.
2. Недостаточное продвижение России за рубежом как туристского направления. Слабый маркетинг. Граждане недостаточно информированы о туристических возможностях регионов.
3. Дефицит современных гостиниц туристского класса. не развитая инфраструктура и низкий уровень сервиса. Несоответствие стоимости услуг их качеству.
4. Ослабление рубля в 2014 году.
5. Высокая стоимость туристских виз в страну и сложная процедура их оформления для иностранцев.

6. Низкий уровень транспортного обслуживания. Высокая доля транспортной составляющей в бюджете поездки. Транспортная проблема. Острая нехватка современных автобусов туристского класса. Незрелость внутренней системы перевозок.

7. Криминогенная ситуация в стране.

8. Сложная внешнеполитическая обстановка. Имидж РФ в зарубежных СМИ.

9. Сложность работы с федеральными музейными центрами.

10. Повышение стоимости размещения в основных городах посещения.

11. Нехватка в высокий сезон квалифицированных гидов, переводчиков, экскурсоводов. Подготовка специалистов в Сфере внутреннего туризма на всех уровнях.

12. Несоответствие принципов работы объектов размещения мировой практике в сфере туризма.

13. Отечественные места отдыха проигрывают заграничным по инфраструктуре, качеству питания и уровню платежей [6].

14. Проблемы средств размещения.

15. Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма, обусловленный, в том числе, низкой окупаемостью инвестиций в сфере туризма

16. Низкий уровень «культуры отдыха».

17. Слабое продвижение туристского продукта внутри страны.

18. Неравномерное развитие туризма.

3 Въездной туризм в России

3.1 Динамика въездного туризма в России

Въездной турпоток в Россию по данным Ростуризма вырос на 6 %. Возрос интерес к отдыху в России со стороны азиатских стран. Прирост на ряде направлений более чем на 50%. Работа представительств Visit Russia за рубежом.

Въездной туризм был одним из приоритетных направлений российского туристического сектора. 90% потока направляются в Санкт – Петербург. За тур иностранные туристы платили 1500 – 2000 долларов. Расходы во время путешествия составляли в среднем 1000 долларов за неделю. Так, например, по данным рисунка 7, видно, что первые места занимают по посещаемости Санкт-Петербург и Москва. Это объясняется наличием в регионах денежных потоков и инвестиций (рис.10) [32].

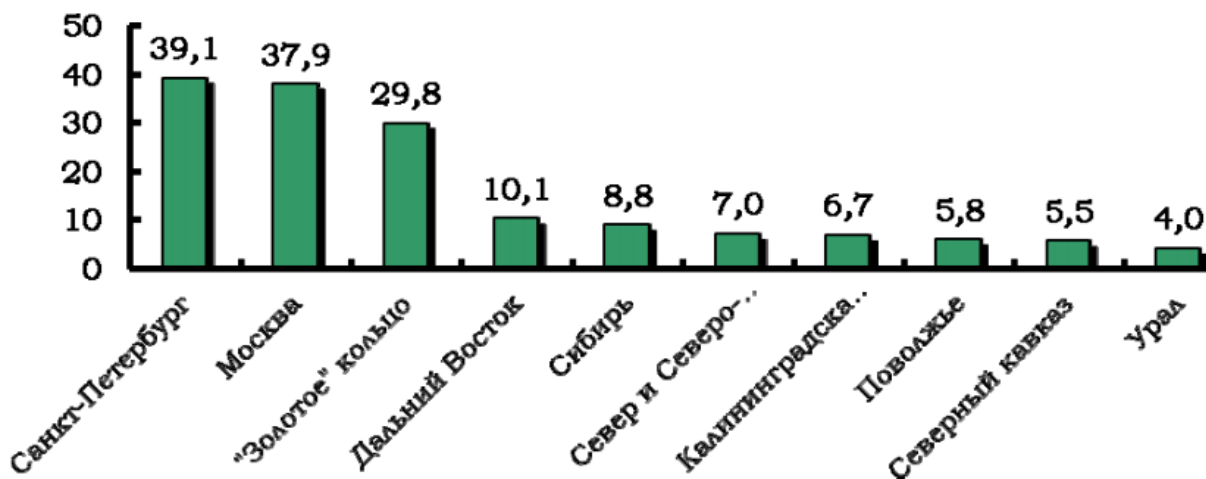


Рисунок 10 - Привлекательность туристских зон России для иностранных туристов (по данным анкетирования руководителей (владельцев) туристских фирм, в процентах от числа опрошенных [8])

Умеренный рост потока за счет стран Азии. Начало развития межрегиональных маршрутов с целью расширения ассортимента и разгрузки основных городов посещения – Москвы и Петербурга. Маркетинговая программа по привлечению туристов на международные спортивные мероприятия. Оценочно – более 1 млн. иностранцев на ЧМ – 2018 могут принести около 1 млрд долларов дополнительного дохода.

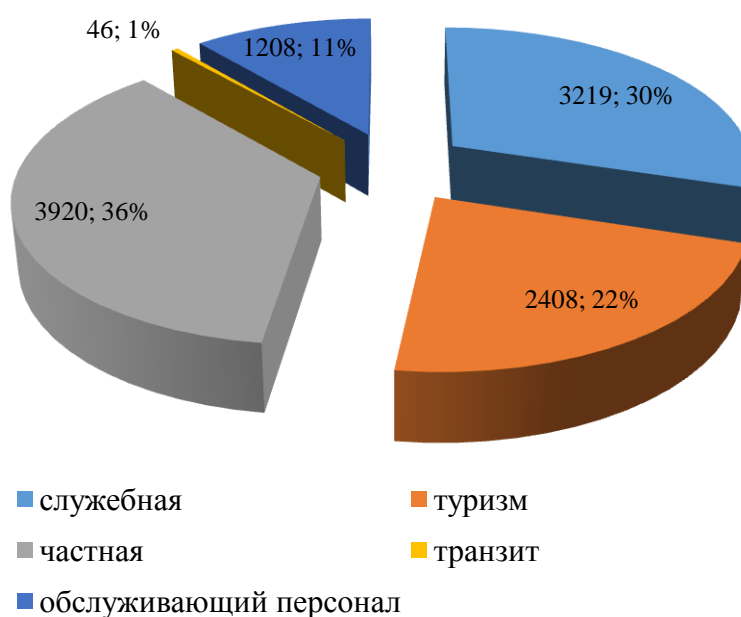


Рисунок 11 – процентное соотношение туризма с другими целями граждан [выполнено автором]

Туризм стал одной из первых отраслей российской экономики, сумевшей успешно осуществлять импортозамещение предоставляемых услуг, по данным ВШС. Частичное перераспределение спроса с самостоятельного туризма на организованный (рис. 11). Снижение средней стоимости бюджетного отдыха на 15 % по сравнению с прошлым годом за счет активной работы туроператоров. Повышение стоимости размещения в среднем на 10%. Укрепление своих позиций на внутреннем рынке со стороны крупных игроков. У россиян усилилось желание путешествовать по своей стране.

Необходимо увеличить количество поездок, рассчитанные на более короткий срок. На сегодняшний день у населения вызван интерес к «горящим»

турам, купленным в последнюю минуту и сниженной цене. Также все меньший интерес вызывают к турам «всё включено», виден рост самостоятельных путешествий. Постоянное прохождение в городской среде среди зданий и дорог, люди ищут более «сознательных» контактов с природой и окружающей средой. Возникает желание получить реальный и подлинный опыт от общения с людьми и природой мест путешествий. Поэтому проявляется интерес к приключениям, неизведанным местам, туризму «в глуши». Нужно понимать, что на сегодня самыми востребованными путешествиями будут места, которые находятся недалеко от места жительства туриста (выходные поездки) а, поэтому необходимо создать условия для развития «ближнего» туризма [14].

Если рассматривать туризм в городской среде, то развлечениями можно считать посещение территорий с интересным культурным содержанием (например, еда, традиции, образ жизни, театры, музеи). Интерес к местным традициям, фольклору и другим национальным ресурсам (например, ремёсла). За истекшее 10-летие в развитии гостиничного хозяйства страны произошли положительные перемены. Было построено или реконструировано около 100 гостиничных предприятий, сертифицированных на уровне 4-5 звезд. На российский рынок гостиничных услуг вышли международные управляющие компании, работающие с такими известными марками, как «Шератон», «Хайятт», «Мариотт», «Редиссон», «Кемпински», «Рамада», «Новотель», «Ритц» и др. В большинстве крупных городов страны, прежде всего в столицах и центрах субъектов Российской Федерации, появились отели, рассчитанные на прием иностранцев с туристскими и деловыми целями. Особое место среди них занимают Москва, на долю которой приходится около половины номерного фонда и более 60% доходов гостиничного хозяйства страны, а также Санкт-Петербург [38].

Сектор размещения образует ядро туристской индустрии, во многом определяя развитие въездного и внутреннего туризма в стране. На конец 2003 г. в Российской Федерации насчитывалось 3916 гостиниц и аналогичных средств размещения, располагавших в общей сложности 177,2 тыс. номеров и 364 тыс.

мест. За 2003 г. средства размещения гостиничного типа предоставили 45,5 млн ночевок.

Дальнейшее развитие гостиничного сектора требует решения ряда проблем. Одна из них – диспропорции в структуре гостиничного хозяйства. Сохраняется острейший дефицит, особенно в высокий сезон, современных гостиниц туристского класса [7].

Другая проблема состоит в низкой загрузке существующего номерного фонда на уровне 34% в 2003 г. Гостиничные номера простаивают вследствие короткого туристского сезона (от 1,5 до 3 месяцев в зависимости от района), а также невысокого уровня комфортности большинства гостиниц и слабой диверсификации предоставляемых ими услуг. В зависимости от состояния материально-технической базы и уровня обслуживания гостиницы в Российской Федерации делятся на категории от одной до пяти звезд. Основная масса отелей относится к классу некатегорийных (82,9%).

Средства размещения характеризуются высокой степенью морального и материального износа. Средний коэффициент износа гостиничной базы составляет около 70%. Она нуждается в капитальном ремонте и модернизации. Повышение загрузки существующих гостиниц, помимо роста качества обслуживания, расширения ассортимента услуг и обновления основных фондов, предполагает новые маркетинговые подходы к формированию турпродукта с учетом сезонных колебаний спроса на услуги размещения. Речь идет о развитии инсентив (поощрительного) туризма, конгрессного туризма, а также событийного туризма на основе культурно-массовых и спортивных мероприятий, о создании и продвижении привлекательного межсезонного турпродукта (зимнего, каникулярного) [40].

3.2 География въездного туризма в России

На сегодняшний день туризм в России активно развивается. Многих туристов привлекает уникальная природа (рис.12), очень интересная история и

богатая культура России. Туристы могут посетить относительно нетронутые человеком уголки природы, познакомиться с древнерусскими городами.

Историко–культурное и природное наследие является одним из наиболее привлекательных туристских ресурсов. На территории России находится огромное количество уникальных исторических и культурных памятников (города, музеи, национальные парки и другие). В России расположены 24 объекта, которые включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО [25].



Рисунок 12 – физическая карта России и ее орографические особенности [29]

Россия занимает первое место в мире по площади территории. Она охватывает полконтинента Евразии и благодаря этому охвату Россия имеет несколько климатических поясов, поэтому природа различна во всех регионах страны. В разное время года, каждый регион приобретает ту или иную значимость для туризма. Летом становятся востребованные курортные зоны юга России – Северный Кавказ (Анапа, Сочи, Геленджик, Кабардинка и т.д., побережье Каспийского моря, Ставропольский край, Краснодарский край), Приморский край Дальнего востока, юг Красноярского края. Зимой свой туристско-рекреационный потенциал раскрывают регионы с возможностями

развития зимних видов спорта (беговые лыжи, лыжный и горный туризм, альпинизм, горнолыжные курорты, сноуборд и т.д.) [9].

Общее количество въехавших туристов на территорию РФ с целью туризма приведено в таблице 6.

Таблица 6 – Число въездных туристических поездок (тысяч человек)

Страна	2014	2015	Страна	2014	2015
1	2	3	4	5	6
Всего	25438	26852	-	-	-
Украина	8436	8912	Киргизия	339	374
Казахстан	3733	4711	Эстония	331	357
Польша	1772	1725	Латвия	295	278
Финляндия	1380	1416	Беларусь	319	249
Китай	874	1122	Турция	263	239
Азербайджан	818	856	Литва	425	237
Узбекистан	874	797	США	245	233
Германия	584	553	Италия	207	191
Армения	601	552	Великобритания	215	180
Республика Молдова	618	491	Франция	199	171
Таджикистан	482	458	Израиль	150	162
Абхазия	357	417	Корея	114	136
Монголия	158	378	Другие страны	1648	1655

По статистическим данным таблицы 6, для наглядности построена карта потока иностранных туристов, прибывших из других стран. Глядя на данные можно сделать вывод, что в наибольшей степени туристами являются граждане Азиатских стран и стран Европы. В российской туротрасли указывают: основная тенденция в сфере въездного туризма, начавшая набирать обороты года - растущее число туристов из Азии и с Ближнего Востока, с таких новых для России рынков, как Иран, Индия и Южная Корея. Постепенно восстанавливается и европейский рынок: Россию стремятся посетить жители Эстонии, Швейцарии, Латвии, Франции и Италии. В странах Азии по численности прибытия с целью туризма на первое место выходит Китай [39].

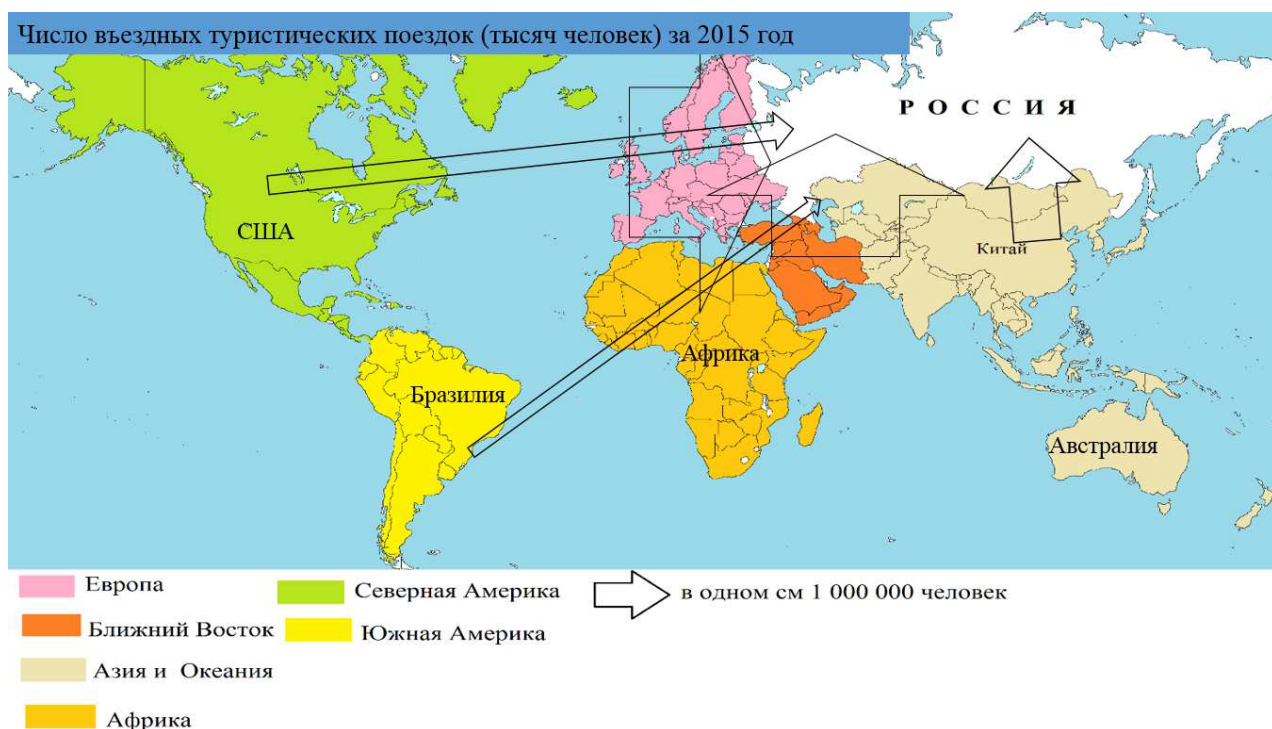


Рисунок 13 – Численность иностранных туристов въехавших на территорию РФ показатели в эпюрах (за 2015 год) [выполнено автором]

Из дальнего зарубежья в Россию в 2015 году больше всего приехало финнов, китайцев (по 1,3 млн, по данным Росстата рисунок 13) и поляков (1 млн). После этого – большой разрыв: 570 тыс. человек у Германии, 520 тыс. у Монголии, 410 тыс. у Эстонии, 290 тыс. у Латвии. Примечательно, что пять из шести стран-лидеров имеют общую с Россией границу. Трансграничные поездки – Финляндия с Ленинградской областью и Карелией, Польша с Калининградской областью, Китай и Монголия с Сибирью – это чаще деловая или торговая активность. Европейцы едут за дешевым бензином и алкоголем, азиаты везут товары на продажу. Плюс возникают родственные связи, международные семьи.

Кроме того, для туристической индустрии важно знать не общее число прибывших, а посчитать экономические последствия их пребывания. Китайские группы для нашей экономики пока не так привлекательны. Из-за неорганизованности

сервиса они все везут с собой – гидов, питание. Даже магазины, в которых они отовариваются, часто содержат китайцы. По сути, в российский ВВП идет только плата за гостиницу (табл.7) [35].

Таблица 7 – Численность иностранных туристов, принятых туристскими фирмами (тысяч человек)

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7	8
Принято иностранных туристов – всего	678,2	225,9	263,9	236,8	348,5	291,9	754,8
В том числе из стран:	-	-	-	-	-	-	-
страны СНГ	24,0	16,0	6,3	5,3	10,4	7,6	3,2
Европа	-	-	-	-	-	-	-
Австрия	7,4	1,2	5,7	1,4	1,6	1,6	1,9
Болгария	0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,1	0,2
Германия	73,9	55,8	42,1	27,5	49,0	39,1	54,9
Греция	...	0,4	0,4	0,2	1,5	1,3	0,1
Испания	33,1	5,5	4,0	11,8	11,0	3,5	3,1
Италия	67,1	17,5	17,8	19,1	19,6	6,7	18,0
Норвегия	6,4	1,6	1,0	0,9	0,7	0,4	0,5
Польша	5,9	1,5	2,1	2,6	4,8	2,8	0,4
Соединенное Королевство (Великобритания)	44,3	4,8	5,1	3,4	16,7	4,0	2,9
страны Прибалтики	3,3	2,7	5,7	4,7	7,9	4,0	0,3
Финляндия	68,6	13,4	10,9	11,3	11,9	11,3	9,5
Франция	40,4	17,5	18,6	7,2	14,6	5,6	16,8
Хорватия	1,1	0,1	1,9	1,8	1,8	0,4	0,1
Чешская Республика	2,8	0,8	1,0	1,0	7,1	1,3	0,8
Швеция	8,8	2,3	1,2	2,0	1,3	2,0	5,8
другие страны Европы	28,8	7,5	8,3	8,8	10,4	11,6	13,0
Азия	-	-	-	-	-	-	-
Израиль	2,4	2,5	1,8	2,5	2,0	0,2	0,5
Индия	...	0,1	1,2	1,3	3,0	3,7	1,8
Кипр	0,1	0,1	0,9	1,0	0,9	0,0	0,0

Китай	95,5	36,3	79,9	59,2	97,2	106,5	566,6
Корея	...	0,2	1,3	0,9	1,2	3,2	3,9
Объединенные Арабские Эмираты	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2

Окончание таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8
Таиланд	0,1	0,2	0,7	1,2	0,3	1,0	0,9
Турция	0,8	2,1	1,3	1,7	3,1	0,8	0,9
Япония	29,3	18,4	13,0	22,8	36,0	33,2	22,7
другие страны Азии	10,4	1,9	9,2	11,5	10,4	9,9	11,0
Африка	-	-	-	-	-	-	-
Египет	0,1	0,0	0,3	0,0	0,3	0,6	0,1
другие страны Африки	0,2	0,5	0,8	0,8	0,8	0,2	0,0
Америка	-	-	-	-	-	-	-
Канада	...	0,3	0,9	0,5	0,9	0,9	5,0
США, включая Гавайские острова	97,8	10,9	9,1	13,8	9,5	11,1	4,7
другие страны Америки	23,8	1,8	6,1	5,0	5,6	4,5	1,9
Австралия и Океания	1,8	1,4	4,6	5,0	6,4	12,7	1,9

Для наглядности данных таблицы составлена карта численности иностранных туристов, принятых туристическими фирмами. Показательны и тенденции в национальном составе турпотока. Дешевый рубль не сделал Россию привлекательной для Запада: остаются теми же или падают показатели въезда из Германии (-5% в 2015 году, +4% в 2016-м), США (-5%, +2%), Франции (-14%, +3%), Великобритании (-16%, -1%), Италии (-8%, +1%), Финляндии (+3%, -7%), Польши (-3%, -42%). Зато наблюдается устойчивый прирост на восточном направлении: из Китая (+28%, +15%), Монголии (+139%, +38%), Кореи (+19%, +19%), Индии (+4%, +38%), Ирана (+58%, +62%). По данным Ростуризма, эта динамика продолжится в связи с упрощением визовых формальностей: в апреле подписано соглашение о безвизовых групповых турпоездках с Ираном, готовятся документы по Индии и Вьетнаму. Также месяц назад был утвержден перечень из 18 государств Азии и Африки,

граждане которых смогут с 1 августа свободно (по бесплатной электронной визе) пересекать границу в Свободном порту Владивосток [27].

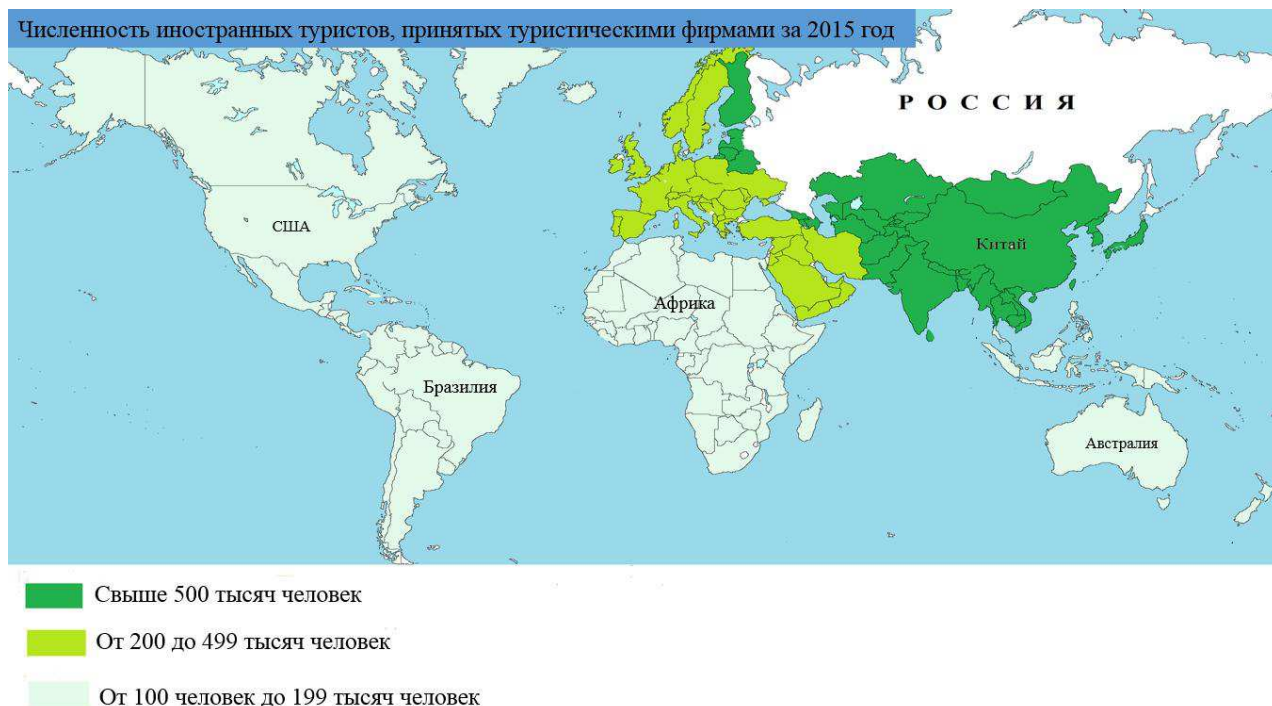


Рисунок 14 – Численность иностранных туристов, принятых туристическими фирмами за 2015 год [выполнено автором]

По данным Росстата 26,9 (табл.8) млн въездных туристов в 2015 году. Однако две трети от этого приходится на страны ближнего зарубежья: 8,6 млн с Украины, 3,6 млн – из Казахстана, 900 тыс. из Азербайджана, по 600 тыс. из Армении и Узбекистана, по 400 тыс. из Молдавии, Таджикистана и Абхазии и т. д. Зачастую подобный статус закрепляется за прибывшим лишь на основании его устного заявления. На практике те же украинцы, объявляя себя на границе туристами, едут в гости, к родным, либо это завуалированная трудовая миграция» [28].

Таблица 8 – Прибывшие туристы за период с 2011 по 2014 годам

	Страна	Туристов в РФ в 2011 г.	Туристов в РФ в 2012 г.	Туристов в РФ в 2013 г.	Туристов в РФ в 2014 г.
1	2	3	4	5	6
1	Германия	346627	375285	380253	349481
2	Китай	234127	343357	372314	409817
3	США	169763	179763	197334	162102
4	Финляндия	133630	120306	93762	68618
5	Великобритания	128533	135949	157799	134314
6	Италия	125062	118729	117927	107072
7	Испания	100773	70291	70193	60443
8	Франция	94863	99581	96947	94941
9	Турция	80754	100918	122728	134702
10	Израиль	75468	85955	92478	108175
11	Республика Корея	46991	48425	52114	82494
12	Япония	37985	44667	55092	54111
13	Нидерланды	37874	32533	30893	28097
14	Канада	34926	36260	41000	35796
15	Латвия	33522	32125	28149	29199
16	Эстония	31255	27436	26280	25936
17	Польша	29908	30088	28229	17905
18	Австрия	28034	28076	29139	23373
19	Швеция	27408	23862	17937	13468
20	Швейцария	26277	28845	29099	26678
21	Австралия	24775	33021	36117	36468
22	Норвегия	23338	20617	15634	12734
23	Литва	22114	21060	21950	20081
24	всево туристов	2335977	2570469	2664782	2583079

25	всего визитеров	24932061	28176502	30792091	32421490
----	-----------------	----------	----------	----------	----------

Если вычесть «фактор СНГ», положение России в мировой туристической иерархии получится скромным. В рейтинге 100 самых популярных туристических городов за 2015 год Москва располагается на 42-м месте, Санкт-Петербург – на 70-м. В аналогичном перечне Global Destination Cities Index за 2015 год в топ-100 нашлось место только Петербургу – на 85-м месте. [31]



Рисунок15 – Туристический рейтинг регионов [выполнено автором]

Москва по-прежнему остается самым популярным направлением в России для зарубежных туристов, так, по информации агентства «ТурСтат» (рис. 15), в прошлом году Москву посетили 17,5 млн. туристов, из них 4,55 млн из-за рубежа, Санкт-Петербург – 6,9 млн. человек и 2,8 млн. человек из – за рубежа. При этом в Приморском крае «ТурСтат» насчитал 568 тысяч иностранцев, в Новосибирске и Татарстане – по 250 тысяч, в Амурской области

– 80 тысяч человек, в Хабаровском крае – 36 тысяч человек, в Дагестане – 28 тыс., на Камчатке – 16,5 тысяч человек. На первом месте крупнейшие города, но это не означает, что цель туриста – Москва и Петербург. Это перевалочные пункты. Прибыв в Москву, человек может переночевать и продолжить путь. Например, отправиться в речной круиз, который бронируется не через сайт-агрегатор и потому выпадает из статистики Екатеринбург в 2016 году посетило 203 тысяч иностранных туристов. В 2016 году город занял 120 место в глобальном рейтинге, поднявшись за год на 2 строки [17].

Владивосток второй год сохраняет свою позицию в рейтинге на 131 строке. Оценочно, в этом году Приморский край посетят 23 тысяч туристов, которые могут потратить \$12 млн.



Рисунок 16 – Топ – 20 популярных городов РФ среди иностранных туристов [выполнено автором]

На карте (рис. 16) представлен список самых популярных городов и курортов России в 2016 году. Хотя здесь и используется «правильный» метод, но не учтены другие каналы бронирования по большому счету, интегрировать результаты всех подобных сервисов, а также баз данных самих отелей невозможно.

В итоге можно оценить лишь общую «иерархию» городов, а также их дороговизну: в топ-20 городов дешевле всего проживание в Нижнем Новгороде, Калининград, Сочи, Санкт–Петербург, Москва самая дорогая. Среди курортов самый бюджетный – Витязево под Анапой, а самый дорогой – Ялта [19].

3.3 Перспективы туризма в России

Сегодня ситуация такова, что, если иностранец питает интерес к России, организовать поездку ему непросто. Москва и Петербург не справляются со спросом, не хватает гостиничных мощностей, экскурсионных автобусов, гидов. За короткий летний сезон, туристический поток возрастает. Нужно работать над логистикой – разводить экскурсионный сезон и культурно-деловые мероприятия. В Москве дефицит хороших отелей по соотношению цена–качество, недорогих и удачно расположенных, а также проблема частично решается за счет Подмосковья. В Питере стали активнее использовать мини-отели, хостелы, съемное жилье.

Еще один фронт работ – развитие городской инфраструктуры, которая в столицах не соответствует уровню туристических центров. Правда, ситуация сдвинулась с мертвой точки: долгое время проблемы туристов не были в приоритете у властей, о них просто не задумывались.

Наблюдается рост туристов из Китая, а турпоток из Европы остался на уровне прошлого года. Дальнейшая же динамика не в последнюю очередь будет связана с чемпионатом мира по футболу 2018 года, который обеспечит не только одномоментный приток гостей, но и, как считается, «долгоиграющий» эффект. После Сочи 2014 подъема туризма в масштабах страны не произошло, причина ясна: один город имеет не такой обширный охват по сравнению с Россией. Если участие принимают несколько городов, то массы людей будут перемещаться между ними, и у них есть шанс увидеть страну, которая расходится с медийным образом: без медведей с балалайками, но с нормальными, гостеприимными людьми.

Итак, на сегодняшний момент туризм приобрел значение массового социального явления. Он перешел из категории элитного продукта к категории продукта, доступного потребителю. Можно сказать, что произошли изменения и в отношении людей к туризму. Часть средств семейного бюджета теперь неизменно идет на проведение отпуска. На начальном этапе своего развития туризм рассматривался как элемент социально-культурного влияния. В наши дни он считается экономическим и массовым социальным явлением. Растущая экономическая значимость туристской деятельности увеличивает интерес к ней предпринимателей и государства, что оказывает влияние на постоянное появление новых туристских фирм и направлений туристской деятельности. Эта эволюция изменяет конкурентную картину сектора, выдвигая на первый план вопросы конкурентоспособности национальных туристских продуктов. Для создания в России оптимальных условий для реализации эффективного туристского комплекса способного вовлечь в массовое туристское движение, как можно больше граждан России и реализовать современную технологию активного отдыха, направленного на социальную адаптацию, духовное и физическое совершенствование личности, была разработана концепция, которая является основой для разработки комплекса мероприятий по развитию массового туризма, предусматривающих объединение усилий федеральных органов исполнительной и законодательной власти, органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, туристско-спортивных общественных объединений, всех заинтересованных организаций, а также отдельных граждан. На размер туристического потока в Россию влияет ряд факторов, главными из которых являются следующие:

1. Создание благоприятных условий для въезда иностранных туристов.
2. Политическая и экономическая стабильность страны.
3. Природные катаклизмы, катастрофы, войны.
4. Дестабилизация курса рубля.
5. Разумный подход к перевозке у туроператоров.
6. Банкротства туроператоров и туристических агентств

7. Совершенствование и развитие городской, пригородной и удаленной от города базы туризма, включая средства размещения и инфраструктуры.

8. Наличие в России кадровых специалистов в туризме. Для этого необходимо создание рабочих мест с круглогодичной занятостью.

9. Созданием единой базы данных курортно-рекреационного потенциала и культурно-исторического наследия, природно-ландшафтного краеведения и национально-заповедных территорий для развития массового туризма в России.

10. Реализацией федеральных и территориальных целевых программ, федеральных и региональных законов и иных правовых и нормативных актов, направленных на создание социально-экономических условий развития туризма.

Для формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости и уровня доходов населения. Для достижения сформулированной цели необходимо обеспечение стимулов для успешного развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации как одного из элементов экономического роста, укрепления международного авторитета страны и повышения качества жизни населения посредством решения следующих задач:

- совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений и др.);
- создание новых приоритетных туристских центров;
- рекламно-информационное имиджевое продвижение России как страны, благоприятной для туризма, на мировом и внутреннем туристских рынках;
- повышение качества туристских и сопутствующих услуг;

- совершенствование визовой политики, в том числе в направлении упрощения условий въезда в нашу страну туристов из стран, безопасных в миграционном отношении;
- обеспечение условий для личной безопасности туристов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На рубеже тысячелетий туризм превратился в глубокое социально-экономическое и политическое явление, в значительной мере влияющее на мировое устройство и политику ряда государств и регионов мира. В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности. Россия пока не может похвастаться подобными результатами, но развитие туристской отрасли в стране идет быстрыми темпами.

Отечественная туристическая индустрия начала качественно изменяться и приобретать черты динамичной, эффективной и цивилизованной отрасли экономики. Изменилось отношение к туризму со стороны региональных властей и Правительства. Все большее число россиян предпочитают отдыхать в своем отечестве. Несмотря на продолжающийся туристский бум в России, влияние туризма на экономику страны пока незначительно. Оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается в основном отсутствием реальных инвестиций, низким уровнем частичного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест, дефицитом квалифицированных кадров. По самым оптимистическим подсчетам в российской индустрии туризма занят лишь 1 работник из 300, что в 30 раз меньше аналогичного мирового показателя. Неразвитость туристской инфраструктуры, невысокая качество сервиса, высокий уровень преступности в стране привели к тому, что в настоящее время на Россию приходится менее 1 % мирового туристского потока. По прогнозам в ближайшие 10 – 15 лет туризм мог бы оказать значительное позитивное влияние на экономику страны и ее крупных городов [16].

Наша страна, благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу, а также все возрастающему интересу зарубежных туристов как к новому неохваченному направлению, имеет все основания для развития всех перечисленных видов туризма. Для успешного развития туризма необходимо значительно обновить законодательную базу. Требуют законодательного решения такие проблемы как государственная поддержка внутреннего, въездного, социального туризма, создание образа России как страны благоприятной для развития туризма, определение компетенции субъектов Российской Федерации в сфере туризма, учета специфики местных, человеческих, природных и других ресурсов, координационного взаимодействия регионов как с федеральными органами, так и между собой, обеспечения прав и безопасности туристов и т.д. На этом поприще необходима инициатива Государственной Думы, ее Комитета по культуре и туризму, Минэкономразвития, а также представительных органов субъектов Федерации.

Одним из серьезных препятствий для развития внутреннего туризма является слабое освещение в средствах массовой информации возможности путешествовать как на региональном, так и на федеральном уровнях. Кроме того, случается, что на экранах телевизоров или на страницах газет случайно или намеренно создается негативный образ ряда регионов Российской Федерации в глазах ее жителей. А ведь это противоречит основополагающим положениям, которым отводят СМИ немалое значение в развитии туризма. Должным образом нужно обеспечивать правдивую и сбалансированную информацию о событиях и ситуациях, которые могут повлиять на посещаемость туристами данных территорий.

Естественно, в силу своего географического положения Россия не может стать страной массового летнего пляжного отдыха. Тем не менее, культурно-исторический потенциал нашей страны поистине огромен, поэтому количество туристов, прибывающих в Россию, непременно значительно увеличится при условии развития всей туристской инфраструктуры и правильно поставленной рекламы, включая возможности интернета. К великому сожалению, реклама

российских возможностей в сфере туризма оставляет желать лучшего. Хотя, по исследованиям той же Всемирной Туристской Организации, каждый доллар, вложенный в рекламу туризма, приносит рекламодателю более 500 долларов прибыли. Таким образом, туризм, является выгодной отраслью экономики и может стать при соответствующих условиях важнейшей статьёй валового национального дохода России [20].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова, А. Ю. География туризма : учебник / А. Ю. Александрова, - Москва: КноРус, 2009 – 354 с.
2. Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова. – Москва: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
3. Астафьева, Е. А. Микроструктура мирового туризма [Электронный ресурс] : лаб. практикум / Е. А. Астафьева, О. Ю. Фоменко. – Красноярск : ИПЦ КГТУ, 2003. – Электрон. опт. диск (CD-ROM).
4. Астракшина, В. М. География туризма : учебное пособие / В. М. Астракшина. – Москва: Альфа-М : Инфра – М, 2011. – 431 с.
5. АТОР [Электронный ресурс] : Ассоциация туроператоров. – Режим доступа: http://www.atorus.ru/ratings/analitic_mrch/new/38710.html
6. АТОР. – Режим доступа: – www.atorus.ru
7. Барометр мирового туризма ООН ВТО 2014 [Электронный ресурс] : UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2014. – Режим доступа: - www.e-unwto.org/content
8. Барчуков, И. С. Методы научных исследований в туризме: очерки / И.С. Барчуков, - Москва: Дрофа, 2008. - 224 с.
9. Биржаков, М.Б. Введение в туризм : учебник / М.Б. Биржаков, Изд. дом. – СПб: Герда, 2000. – 192 с.
10. Васильев, В. В. Менеджмент туризма: учебное пособие / В. В. Васильев. – Москва: Наука, 2007 - 328 с.
11. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм: учебное пособие / В.Ю. Воскресенский, – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
12. Выборочная статистическая информация [Электронный ресурс] : Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/vyborochnaya-statisticheskaya-informatsiya-rasschitanna>

ya-v-sootvetstvii-s-ofitsialnoy-statisticheskoy-metodologiyey-otsenki-chisla-vezdn
ykh-i-vyezdnykh-turistskikh-poezdok/.

13. География [Электронный ресурс] : География туризма в постиндустриальную эпоху. – Режим доступа: <https://geographyofrussia.com/geografiya-turizma-v-postindustrialnuyu-epoxu/>

14. География туризма : учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зингерн – Корн, Н.В. Шабалина. – Москва : Федеральное агенство по туризму, 2014. – 336 с.

15. Иностранцы граждане зарубежных стран, часто посещающие Российскую Федерацию [Электронный ресурс] : Российский статистический ежегодник. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm.

16. История туризма [Электронный ресурс] : История туризма в России. – Режим доступа: <http://www.svastour.ru/tour-info.htm>.

17. Итоги 2016 года [Электронный ресурс] : Въездной туризм. – Режим доступа: www.atorus.ru Итоги 2015 года [Электронный ресурс] : Въездной туризм. – Режим доступа: www.atorus.ru

18. Каурова, А.Д. Организация сферы туризма: учеб. Пособие /А.Д. Каурова, – СПб: Герда, 2006. – 205 с.

19. Культура, отдых и туризм [Электронный ресурс] : Российский статистический ежегодник. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm.

20. Левочкина, Н.А. Ресурсы регионального туризма: структура, вид и ее особенности управления / Н. А. Левочкина. – Москва: Директ – Медиа, 2014. – 256 с.

21. Левочкина, Н.А. Ресурсы регионального туризма: структура, вид и ее особенности управления / Н. А. Левочкина. – Москва: Директ – Медиа, 2014. – 256 с.

22. Лукьянова, Н. С. География туризма : туристские регионы мира и России / Н.С. Лукьянова, - Москва: КноРус, 2010. – 236 с.

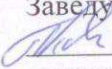
23. Максаковский, В. П. Географическая картина мира : учебник / В.П. Максаковский, Изд. 2-е, перераб. – Москва: Дрофа, 2004. – 495 с.
24. Нечипоренко, В.И Особенности маркетинговых исследований в туризме / В.И. Нечипоренко // Маркетинг Про : сб. науч. тр. /СПб. Гос. Ун-т. - СПб, 2007. – с. 37.
25. Покшишевский, В. В. Население и география: теоретические очерки / В. В. Покшишевский. – Москва, 1978. – 315 с.
26. Ресурсы ЮНЕСКО [Электронный ресурс] : база данных об Организации Объединенных Наций / Образование наука и культура. – Режим доступа: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/>.
27. Ромашкин, В.И. Теоретические основы географии туризма : лекция / В.И. Ромашкин, - Москва: ВЦСПС, 2002. – 130 с.
28. Российский статистический ежегодник 2015[Электронный ресурс] :Росстат – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078
29. Россия [Электронный ресурс] : Статистический справочник 2015. – Режим доступа:http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/9db526004bc4e495982fdf0201bee476
30. Россия [Электронный ресурс] : Физическая карта . – Режим доступа: <https://www.memotest.ru/ImageUpload/f16a9d07-86c8-4313-a27c-7d75c56a6179/20121908012840.jpg>
31. Россия в цифрах 2015[Электронный ресурс] : Электронный каталог. – Режим доступа:
32. Россия и страны мира 2015 [Электронный ресурс] : Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139821848594

33. Россия и страны мира 2015 [Электронный ресурс] : Туризм. – Режим доступа:
34. Сапожникова, Е.Н. О типах ресурсопользования в туризме : учебное пособие / Е.Н. Сапожникова, – Москва: Альфа-М : Инфра – М, 2011. – 431 с.
35. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг / В.Б. Сапрунова. – Москва: Ось-89, 2014. – 160 с.
36. Сборник туристической статистики, 2008-2012. Edition 2014 Издание 2014 [Электронный ресурс] : Compendium of Tourism Statistics, Date 2008-2012. – Режим доступа: - www.e-unwto.org/facts
37. Туризм : учебник. «Статистика туризма» / Т. Е. Карманова, О.В. Каурова , А.Н. Малолетко. – Москва : КноРус, 2010. – 102 с.
38. Усыскин, Г.С. Очерки истории российского туризма : учебник / Г.С. Усыскин, - Изд. 2-е, перераб. – СПб.: Герда, 2007. – 200 с.
39. Федеральная целевая программа [Электронный ресурс] : Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011 - 2018 годы. – Режим доступа: <http://faip.economy.gov.ru/cgi/uis/faip.cgi/G1/ol/2017?fcp=1361>
40. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс] Министерства культуры Российской Федерации . – Режим доступа: www.russiatourism.ru/
41. Электронный каталог «Национальный атлас России» [Электронный ресурс] : Число иностранных граждан в Россию за период с 1995 по 2005 гг. – Режим доступа: <http://national-atlas.ru/>.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт экологии и географии
Кафедра географии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Г. Ю. Ямских

подпись инициалы, фамилия

« 13 » 06 2017 г.


БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

05.03.02 География

05.03.02.03 Экономическая и социальная география

География въездного туризма России

Руководитель



доц., канд. геогр. наук

должность, ученая степень

И.Х. Усманова

инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

Ю.А. Нечаева

инициалы, фамилия

Красноярск 2017