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

«Российский государственный профессионально-педагогический университет» Институт гуманитарного и социально-экономического образования Кафедра социологии и социальной работы

### ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ И СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ

Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профилю подготовки «Сервис» профилизации «Туризм и гостиничный сервис»

Идентификационный код ВКР: 111

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

«Российский государственный профессионально-педагогический университет» Институт гуманитарного и социально-экономического образования Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ	ДОПУСКАЮ:
Ваведующая	кафедрой СЦР
Л	.Э. Панкратова
« »	2018 г.

# ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ И СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ

Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

профилю подготовки «Сервис» профилизации «Туризм и гостиничный сервис»

Идентификационный код ВКР: 111	
Исполнитель: студентка группы ТГС-413	Ю.Р. Закриева
Руководитель: ст. преподаватель кафедры социологии и социальной работы	В.С. Куимов
Нормоконтролер:	
ст. преподаватель кафедры социологии и социальной работы	В.С. Куимов

#### РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 52 страницах, содержит 33 источника литературы, а также 5 приложений на 15 страницах.

Ключевые слова: ТУРИЗМ, ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ, ИНКАМИНГ, СРЕДСТВА СТИМУЛИРОВАНИЯ, ВИДЫ ТУРИЗМА, ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ТУР, СТИМУЛИРОВАНИЕ ТУРИЗМА, СПОСОБЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ, ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ.

Объектом работы является въездной туризм как вид туризма.

*Предметом работы* выступают средства стимулирования въездного туризма.

*Цель работы* – выявить и проанализировать средства стимулирования въездного туризма.

Работа посвящена въездному туризму, способам его стимулирования в Екатеринбурге и Свердловской области. Во введении раскрыта актуальность темы, степень её научной разработанности, практическая значимость работы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

В первой главе дана характеристика основных понятий, раскрываются особенности и виды туризма, какими средствами возможно стимулировать въездной туризм, анализируется отечественный опыт его развития.

Вторая глава представляет собой анализ въездного туризма на примере г. Екатеринбурга, выявлены ключевые проблемы его современного состояния, определены перспективы его развития, выявлено, какие средства стимулирования используют турфирмы для увеличения инкаминга.

Третья глава содержит теоретическую часть такого метода контроля знаний, как листы рабочей тетради, разработан лист тетради по теме ВКР

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы, обозначены перспективы дальнейших исследований по данной теме.

# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ		•	4
1. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА,			
СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСЬ	КИЕ		
ОСНОВЫ			7
2. РЫНОК ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И СРЕДСТВ			
ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ			19
3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЛИСТОВ РА	БОЧЕ	Й	
ТЕТРАДИ НА ТЕМУ: ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ И			
СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ	•		34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	•		48
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	•		50
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – Программа исследования .	•		53
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – Бланк вопросов интервью.	•		54
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – Характеристика информантов	•		56
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 – Протоколы интервью .	•	•	57
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 – Программа тура	•	•	66

#### ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В России туризм начал активное развитие не так давно по сравнению с европейскими странами, однако имеет огромный тур потенциал для развития и популяризации на мировом рынке. Свердловская область одна из областей, которая привлекательна для туристов. Разработано немало программ, нацеленных на въездной международный и внутренний туризм, нацеленных на брендирование области и страны. Здесь сосредоточены туристские объекты, привлекающие гостей со всего мира, центр промышленного и делового туризма, так же область привлекательна событийными мероприятиями, как для иностранцев, так и для россиян. В данной выпускной квалификационной работе рассмотрим въездной туризм, насколько он развит в данной области, его перспективы развития, а также средства его стимулирования.

В условиях высокой насыщенности рынка туристских услуг средства стимулирования приобретают важное значение. Особое внимание уделяется продвижению созданных и разработанных продуктов. Внимание концентрируется на разработке соответствующих мероприятий, в число которых входят мероприятия по продвижению въездного туризма.

Слова М. А. Беднова показываю значимость развития въездного туризма: «С туризмом прямо или косвенно связано более 30 отраслей экономики. Для его успешного развития требуется качественная инфраструктура, включающая дороги, мосты, гостиницы, предприятия питания. Все это дает возможность решать сложные региональные проблемы, создавать множество рабочих мест и преодолевать неоднородность экономического пространства. Наконец, туризм — действенное средство сохранения историко-культурного и природного наследия».

Продвижение въездного туризма требует значительных вложений, как финансовых, так и ресурсных. Для успешного стимулирования инкаминга, необходимо использовать действенные средства по его развитию.

Таким образом, выявление средств стимулирования въездного туризма является одной из наиболее актуальных проблем в условиях высокой насыщенности рынка и высокой конкуренции, которые способствуют увеличению въездного туризма.

Степень научной разработанности проблемы. Анализ литературы по теме дипломной работы показал, что вопросами особенностей маркетинга туристских услуг занимались М.А. Беднов, Е.Л. Писаревский, И.В. Гончарова, А. П. Дурович, Г.А. Карпова, Л.Г. Кирьянова.

Объектом исследования является въездной туризм как вид туризма.

*Предметом работы* выступают средства стимулирования въездного туризма.

*Цель работы* — выявить и проанализировать средства стимулирования въездного туризма.

#### Задачи:

- 1. Изучить рынок туризма в Екатеринбурге и Свердловской области
- 2. Рассмотреть въездной туризм как объект исследования
- 3. Провести исследование въездного туризма в Екатеринбурге и Свердловской области путем анализа турфирм.
- 4. Выяснить, какими средствами стимулирования турфирмы Екатеринбурга увеличивают въездной поток иностранных туристов с помощью метода интервью.

Эмпирической базой исследования послужили материалы интервью с руководителями и менеджерами туристских фирм «Слетать.ру» и «Туры и экскурсии по Екатеринбургу и Свердловской области» в городе Екатеринбурге для выявления используемых средств стимулирования въездного туризма, популярных направлений во въездном туризме.

Практическая значимость работы. Результаты и материалы данного исследования могут быть использованы сотрудниками сферы туристской индустрии, в том числе сотрудниками туристических агентств «Слетать.ру» и «Туры и экскурсии по Екатеринбургу и Свердловской области» для

совершенствования политики продвижения въездного туризма. Так же результаты исследования могут применяться в практике преподавания таких дисциплин, как «Маркетинг в туризме» и «Продвижение туристских услуг», «Въездной туризм в России».

Тема дипломной работы заключается в выявлении средств стимулирования и изучении проблем по продвижению въездного туризма в туристическом агентстве г. Екатеринбурга «Слетать.ру», а также в туристическом агентстве «Туры и экскурсии по Екатеринбургу и Свердловской области».

# 1. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА, СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Имея длительную историю, туризм как социально-экономическое и духовно-культурное явление до сих пор не получил универсального, единого, повсеместно признанного определения, да и сама наука о туризме не имеет единообразного названия, повсеместно принятого в академических и научных кругах в России и за рубежом. Различными туристскими организациями, научными школами и отдельными экспертами «туризм» (tourism) по-прежнему трактуется по-разному. Кроме того, туристская терминология претерпевает существенные изменения сообразно стремительному темпу развития туризма, его секторов, видов и форм, технологий и инноваций, появления и распространения новых туристских реалий.

Одной из концептуальных трактовок является определение Элистрера Метисона и Джеффри Уолл: «Туризм — это временное перемещение людей в дестинации за пределами мест их обычной трудовой занятости и проживания, деятельность, которой они занимаются во время своего пребывания в этих дестинациях, и объекты инфраструктуры, созданные для удовлетворения их потребностей»<sup>1</sup>.

В России туризм начал активное развитие сравнительно недавно по сравнению с европейскими странами, однако имеет огромный потенциал для развития данной отрасли.

В официальной классификации туристической деятельности туризм разделяют на три типа:

**Въездной** (путешествие в пределах Российской Федерации (РФ) лиц, не проживающих постоянно в РФ)

 $<sup>^{1}</sup>$  Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.9

**Выездной** (путешествие лиц, постоянно проживающих в РФ, в другую страну)

**Внутренний** (путешествие в пределах РФ лиц, постоянно проживающих в РФ).

Выше указанные типы образуют две категории туризма:

**Международный** — систематическая и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением тур услуг и турпродукта иностранным туристам на территории Р.Ф. и предоставлением тур услуг и турпродукта за рубеж (въездной и выездной туризм).

**Национальный** – совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т.е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства (внутренний и выездной туризм)<sup>1</sup>.

В зависимости от аспекта рассмотрения туризм подразделяется на различные виды. Наиболее важными основаниями для классификации туризма являются:

По источникам финансирования: социальный; коммерческий.

По возрастному составу участников: детский; молодежный; для людей 3-го возраста (от 65 лет); среднего (45-64 года).

По виду используемых ресурсов: купально-пляжный (море, солнце, песок); лечебный, экологический, горный, водный.

По ритмике турпотоков: сезонный; круглогодичный.

По продолжительности: краткосрочный; долгосрочный; маршрут выходного дня.

По способу размещения: гостиничного типа; не гостиничного типа.

По видам используемых транспортных средств: автомобильные; авиа; ж/д; теплоходные; с привлечением экзотических транспортных средств (батискафы, субмарины, воздушные шары, ракеты); велотуры, мотокроссы.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Классификация и типы туризма: Официальная классификация типов туризма [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.keyb.ru/info/klassifikatsii-i-tipyi-turizma/

По ведущему занятию: охотничий; рыболовный, спелиотуризм, все виды самодеятельного туризма.

По социально-культурному статусу: образовательный; научный; конгрессный; митинг.

По числу участников: индивидуальный; групповой.

По способу организации: организованный; неорганизованный.

По способу передвижения: маршрутный; стационарный; автостопом.

Путешествия с целью развлечения и отдыха составляют основу международного туристического обмена. На их долю приходится около 70% мирового туризма. Они объединяют оздоровительные, познавательные, любительские спортивные поездки<sup>1</sup>.

В рамках дипломной работы рассмотрим более подробно такой тип туризма, как въездной туризм (или инкаминг), политика государства ориентирована на данный тип туризма, который является источником валютных поступлений, создает рабочие места, стабилизирует рынок труда на региональном уровне, а также способствует установлению отношений между странами, участвующими в тур деятельности. Инкаминг в России набирает стремительно обороты.

Въездной туризм - это деятельностная система, целью которой являются разработка и продвижение национального туристического продукта на зарубежных туристических рынках, связанные с обслуживанием прибывающих иностранных туристов на территории собственного государства<sup>2</sup>.

Другими словами, въездной туризм можно назвать Инкамингом.

Инкаминг (с англ. Incoming) — это туроперейтинг в сфере международного въездного туризма, то есть деятельность, направленная на создание пакетов туристических услуг предприятиями, работающими на

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Классификация и типы туризма: Официальная классификация типов туризма. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.keyb.ru/info/klassifikatsii-i-tipyi-turizma/

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Туристический бизнес TourFaq: Въездной международный туризм. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://tourfaq.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/

территории принимающей страны, по размещению, питанию, транспортировке, организации досуга и т.д. и доведение их до иностранных потребителей.

Характерными чертами инкаминга как вида туристической деятельности являются:

- 1. Ориентация на иностранных потребителей, вызывает ряд трудностей, связанных с маркетинговыми исследованиями, продвижением национального турпродукта, его ценообразованием и реализацией;
- 2. Необходимость использования только услуг национальных поставщиков, уровень качества которых соответствует международным действующим стандартам (прежде всего это касается средств размещения);
- 3. Собственная нормативно-правовая база деятельности (в том числе, специализированные правовые акты о порядке регистрации, лицензирования, сертификации, обеспечения страхования и т.д.).
- 4. Необходимость ратификации многочисленных наднациональных правовых актов и межгосударственных соглашений с целью углубления туристических взаимоотношений с иностранными государствами 1.

На фоне перечисленных черт инкаминга можно рассуждать о возможных воздействиях и последствиях развития въездного туризма – как положительных, так и отрицательных.

Значение туризма для личности, общества и государства определяют через оценку его воздействия на принимающие туристов сообщества, выступающие в качестве туристских дестинаций. Важнейшими видами воздействия считаются: экономическое, социокультурное и экологическое<sup>2</sup>.

Международный въездной туризм может оказать благоприятное влияние на развитие экономики принимающих регионов. Инвестиции правительства, привлекаемые в развитие инфраструктуры, материально-технической базы

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Туристический бизнес TourFaq: Въездной международный туризм. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://tourfaq.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/

 $<sup>^2</sup>$  Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.39

стимулируют инвестиции малого бизнеса, тем самым создавая отрасли обслуживания (отели, рестораны, кафе, логистика, аэропорты и др.). В будущем, регион становится привлекательным и для других инвесторов.

Так как сфера туризма охватывает широкие слои населения, экономическая система распределяет выручку от туризма в принимающем регионе, как следствие все общество получает экономическую выгоду. Следующий положительный фактор заключается в том, что туристы платят налоги как косвенные, так и прямые, при этом растет доход региона. Не стоит забывать и о рынке занятости, который сказывается на жизненном уровне населения.

При всех положительных аспектах, следует принимать во внимание и негативное влияние на условия проживания населения. Тур отрасль может сформировать зависимую экономику, вытеснив другие отрасли экономики. Социальные негативные явления скажутся на населении, особенно риску подвержены молодые люди. Болезни, исчерпание природных и культурных ресурсов может привести регион в депрессивное состояние.

Постоянный поток туристов в регион требует поддержание культурных, исторических памятников, мест в идеальном состоянии, что требует финансовых и ресурсных затрат. Безопасность в регионе должна быть на высоком уровне, как для приезжающих, так и для населения. Исходя из перечисленных факторов, региональному правительству следует принять эффективную концепцию в сфере въездного туризма и постоянный контроль над этой сферой.

Порой туризм может вызвать высокий темп инфляции в том регионе, где развивается отрасль. Это происходит следующим образом: туристы вкладывают свои деньги, заработанные в другом регионе или стране, как следствие, повышается доход региона, который может повлиять на темп инфляции. Повышаются цены на товары первой необходимости: продукты, одежда, жилье, транспорт. В развитых тур регионах резко повышается стоимость жилья. Цена, которую иностранцы готовы заплатить за проживание,

может существенно различаться с рыночной ценой. Как правило, спрос на жилье местных жителей резко снижается и вытесняется в другие регионы или города<sup>1</sup>.

Итак, перечислим положительные и отрицательные факторы развития туристической отрасли:

#### Положительные

- 1. Увеличение прибыли региона, привлечение иностранной валюты
- Рост ВВП
- 3. Создание рабочих мест
- 4. Развитие инфраструктуры, которая используется и местными жителями
  - 5. Привлечение капитала

#### Отрицательные

- 1. Рост цен на товары, недвижимость
- 2. Отток денег при туристском импорте
- 3. Появляются экологические и социальные проблемы
- 4. Тур отрасль может вытеснить другие отрасли и создать зависимую экономику.

Опираясь на факторы развития туристской отрасли можно выделить функции международного туризма. Общепризнанными функциями международного туризма в современную эпоху являются экономическая, политическая, социокультурная, экологическая, а также широкие гуманитарные функции: познавательная, образовательная, воспитательная, духовноэстетическая, миротворческая, коммуникационная<sup>2</sup>.

Туризм обладает инструментом для экономического развития, однако не является решением всех экономических проблем. Правительство должно приложить усилие к оптимизации (а не максимизации) прибыли от туризма, принимая во внимание все те издержки, которые может понести регион.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>*КВМ* лайн [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://kmvline.ru/lib/turizm/43.php <sup>2</sup>*Писаревский Е.Л.* Основы туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.39

Задачей въездного туризма является продвижение и разработка туров для иностранцев на территории собственной страны, учитывая особенности и потребности приезжающих туристов, повысить узнаваемость региона, донести до потенциальных туристов особенности страны, и необходимость увидеть памятники, исторические места и заповедники своими глазами. Уровень обслуживания должен соответствовать мировым стандартам, и быть гибким в зависимости от того, откуда приезжают туристы (религиозные особенности, возрастные, от вида групп и т.д.)

По данным официальной статистики количество приезжающих в Россию снизилось на 3% в 2017 году по сравнению с предыдущим годом. Данные за 9 месяцев 2016 года и 9 месяцев 2017 года<sup>1</sup>.

Отток туристов снизил и доходы принимающих регионов. По мнению некоторых экспертов, иностранцев не стало меньше, просто они стали меньше тратить и более избирательно подходят к выбору услуг.

Таким образом, можно выделить факторы, которые способствуют развитию или торможению развития въездного туризма<sup>2</sup>. К положительным факторам для развития въездного туризма относят:

- 1. Стабильность и открытость политики и экономики
- 2. Рост общественного богатства и доходов населения;
- 3. Сокращение рабочего и увеличение свободного времени;
- 4. Развитие транспорта, средств коммуникаций и информационных технологий;
  - 5. Усиление урбанизации;
  - 6. Построение интеллектуального общества;
- 7. Поощрение национальных и иностранных инвестиций в развитие индустрии туризма;

 $<sup>^1</sup>$  Федеральное агентство по туризму: Въезд иностранных граждан на территорию РФ. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Туристический бизнес: Главные факторы, влияющие на развитие туризма. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://tourfaq.net/travel-business/glavnye-faktory-vliyayushhie-na-razvitiya-turizma/

- 8. Укрепление позиций России на мировом туристическом рынке;
- 9. Упрощение и гармонизация налогового, валютного, таможенного, пограничного и других форм регулирования;
- 10. Стимулирование туризма для детей, молодежи, пожилых людей, инвалидов и малообеспеченных семей путем предоставления льгот;
- 11. Содействие развитию индустрии приоритетной туристической деятельности.

К негативным факторам развития рынка туристических услуг относят:

- 1. Напряженность в международных отношениях;
- 2. Нестабильность политики и закрытость экономики;
- 3. Стагнация экономики и падения благосостояния населения;
- 4. Неустроенность туристических ресурсов;
- 5. Неразвитость индустрии туризма;
- 6. Нерациональное использование культурно исторической и культовой наследия и окружающей среды;
- 7. Низкий уровень доходов населения и недостаток свободного времени;
  - 8. Загрязнение окружающей среды и экологическая опасность;
  - 9. Недооценка роли туризма в интеллектуализации общества;
- 10. Отсутствие эффективных стимулов инвестирования развития индустрии туризма на ровной и мировых стандартов;
  - 11. Недооценка роли туристического бизнеса в наполнении бюджета.

Таким образом, на развитие туризма влияют как позитивные, так и негативные факторы, связанные с политической, законодательно-правовой и социально-экономической ситуацией в стране и в мире.

При большом количестве видов туризма, туристских объектов в стране, и регионах, въездной туризм в России остается на низком уровне в сравнении с показателями развитых стран. Эти показатели обусловлены рядом сдерживающих факторов въездного туризма, которые включают в себя такие показатели как слабо развитая инфраструктура, недостаточное количество

квалифицированного персонала и другие показатели. Рост показателей въездного туризма связан с обуславливающими факторами стимулирования въездного туризма. Событийные мероприятия, деловые конференции, мероприятия мирового значения – эти факторы положительно влияют на поток въезда иностранцев в страну.

В Свердловской области ожидается крупное спортивное мероприятие Чемпионат мира по футболу FIFA 2018, которое привлечет новый поток иностранных туристов. Здесь есть объекты, которые могут заинтересовать приезжих, и правительство разработало комплекс мероприятий, которые будут активно продвигать страну как место для туризма. Далее рассмотрим, какие средства стимулирования въездного туризма использует государство<sup>1</sup>.

Стратегия туристского маркетинга в рамках государства состоит в осуществлении им туристской политике. Туристская политика государства — совокупность государственных мер и мероприятий, определяющих условий для развития туристской индустрии, рациональное использование туристских ресурсов, повышение вклада туристской отрасли в ВВП страны. Стратегия туристского маркетинга государства направлена на создание, продвижение и реализацию национального туристского продукта на мировом туристском рынке и внутри страны, т.е. нацелена на развитие международного и внутреннего туризма. Государство, выходящее на международный туристский рынок, вступает в систему конкурентных отношений с другими государствами, целыми мировыми регионами. Стратегия туристского маркетинга находит свое отражение в принятии соответствующего законодательства, государственных долгосрочных программ и планов. От того, насколько правильно и эффективно построена и реализована стратегия туристского маркетинга, зависит роль и место конкретного государства на мировом туристском рынке<sup>2</sup>.

 $<sup>^{1}</sup>$  *Карпова Г.А.*, Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях. Ч.1. СПб.: СПбГУЭФ, 2011. С.13

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Гончарова И.В. и др. Маркетинг туризма: учебное пособие. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.38

Национальный туристский продукт представляет собой совокупность имеющихся природных, климатических, природных, историко-архитектурных и культурных ресурсов, привлекаемых и используемых в туристской деятельности, туристской и сопутствующей инфраструктуры, а также деятельности туристских компаний, выраженная в создании, продвижении и реализации конкретных туристских продуктов, направленных на привлечение туристов из других государств и регионов мира<sup>1</sup>.

Туристская политика государства базируется на стратегии и тактике. Туристская стратегия — выработка общей концепции развития туризма на международном и внутреннем рынках, целевых программ, для реализации которых требуется время и большие финансовые ресурсы<sup>2</sup>.

Для реализации этой стратегии предлагается целый ряд мер (туристская тактика), среди которых:

- 1. Зонирование территории туризма в государстве;
- 2. Создание нормативно-правовой базы развития туризма, соответствующей международной практике;
- 3. Формирование экономических механизмов стимулирования развития иностранного и внутреннего туризма;
  - 4. Привлечение инвестиций в эту сферу и т.п.

Основной задачей концепции туристского маркетинга государства является создание национального туристского продукта и его продвижение на мировом и внутреннем туристских рынках.

На территориальном уровне происходит уточнение национальной стратегии продвижения туристского продукта, определяется детализация проектов, территорий и туристских направлений — дестинаций. Основное внимание уделяется разработке общей политики и стратегии программ развития, маркетинга, например:

 $<sup>^{1}</sup>$ Дурович А.П. Организация туризма: учебное пособие. СПб.: Питер, 2012. С.30

 $<sup>^2</sup>$  *Гончарова И.В.* и др. Маркетинг туризма: учебное пособие. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.40

- 1. Создание крупных транспортных систем для перевозки в страну туристов и из нее, а также по ее территории;
- 2. Охрана достопримечательностей, таких как государственные заповедники и национальные парки;
- 3. Создание информационной и рекламной системы, занимающейся продвижением регионов и страны в качестве туристских центров.

Основой маркетингового подхода к управлению регионом является рассмотрение туристской дестинации как комплексного туристского продукта, состоящего из:

- 1. Аттракции дестинации то, что непосредственно привлекает туристов (природные, культурные, исторические аттракции);
- 2. Туристской инфраструктуры (средства размещения, предприятия питания, экскурсионные бюро, музеи, сувенирные магазины и др.);
  - 3. Доступности (транспортная, визовая и др.);
  - 4. Календаря событий;
- 5. Вспомогательных услуг (банки, телекоммуникации, система безопасности, система здравоохранения);
- 6. Наличия маркетинговых посредников туроператоров, турагентов <sup>1</sup>.

Маркетинговый подход к дестинации предполагает разработку комплексного продукта. И здесь важно понять, что турист едет не для того, чтобы посетить гостиницу, пляж, ресторан. Он едет, чтобы получить новые ощущения, возможность межкультурного обогащения, ради улучшения здоровья и т.д. Туристов привлекают не характеристики дестинации, а их функциональная способность удовлетворять определенные потребности<sup>2</sup>.

Маркетинговая стратегия дестинации должна определить, какие туристские ресурсы есть у дестинации, какой турпродукт может быть

 $<sup>^{1}</sup>$ Гончарова И.В., и др. Маркетинг туризма: учебное пособие. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С.42

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> *Кирьянова Л.Г.* Маркетинг дестинаций, как современный подход к управлению туристским регионом// Все о туризме. 2010. №6. С. 35

разработан на их основе, на кого ориентирован этот турпродукт, как он будет продвигаться и какие ресурсы для этого необходимы. Маркетинговая стратегия дестинации является составной частью маркетинговой стратегии региона по развитию туризма, которая включает развитие инфраструктуры, оптимизацию сферы местного законодательства отношении туризма регионе, распределение финансовых потоков, привлечение инвестиций, развитие государственно-частного партнерства в сфере туризма. Предприятия сферы туризма, производящие различные услуги — гостиничный бизнес, сфера питания, экскурсионная деятельность являются составной комплексного туристского продукта дестинации, а также сферой совместных бизнеса И местных властей по реализации государственно-частного партнерства проектов по строительству гостиниц, тематических парков, развития системы питания и т.д.

# 2. РЫНОК ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И СРЕДСТВ ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ

Екатеринбург – главный туристический центр в Свердловской области. Он находится в выгодном географическом положении на границе Европы-Азии, здесь достаточно развита транспортная инфраструктура (международный аэропорт, автовокзалы, железнодорожный вокзал). Объекты, привлекающие внимание туристов сосредоточены в пределах области, что является благоприятными условиями для развития туристской деятельности.

В Едином Федеральном Реестре туроператоров на настоящий момент работает 79 туроператоров по Свердловской области, 45 из которых ориентированы на въездной туризм, 74 так же занимаются внутренним туризмом, 16 из которых ориентированы на международный выездной туризм<sup>1</sup>.

Проанализировав сайты турфирм Екатеринбурга, можно наблюдать следующую тенденцию большинство туроператоров, которые категории въездной международный зарегистрированы В Свердловской области, не специализируются на въездном туризме. На сайтах много информации о выездном международном туризме и внутреннем туризме. Можно предположить, что въездной международный туризм слабо развит в Свердловской области, а компании ищут альтернативу способов заработка на внешнем рынке. Однако на туристическом рынке Екатеринбурга можно выделить несколько компаний, которые действительно ориентированы на въездной международный туризм.

Услуги, которые они предоставляют, вполне удовлетворяют потребности туристов: визовая поддержка, трансфер, прием иностранных граждан, перевод, туры по Свердловской области и Уралу, помощь в организации мероприятий и культурных программ, корпоративные поездки МІСЕ.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> *Единый* Федеральный Реестр Туроператоров: Международный выездной туризм. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/operators/

Туры, которые предложены для въездного туризма, включают в себя разные виды туризма – активный туризм, экскурсионный, горный, конный, сплавы по рекам, туры в заповедники и святые места, культурнопознавательные туры, рекреационные.

Имея длительную историю, туризм как социально-экономическое и духовно-культурное явление до сих пор не получил универсального, единого, повсеместно признанного и всеобъемлющего определения.

В России туризм начал активное развитие сравнительно недавно по сравнению с европейскими странами, однако имеет огромный потенциал для развития данной отрасли. Въездной туризм в Свердловской области нацелен на активное развитие, правительство разработало немало программ по стимулированию въездного туризма. На региональном уровне разработаны программы направленные на популяризацию области, как для россиян, так и для иностранных гостей. Другими словами, въездной туризм называется Инкамингом. Инкаминг развивается, и для этого практикуют различные средства, которые стимулируют приток иностранцев. Средства различны, а цель одна – увеличение потока въездного туризма.

Одним из ключевых показателей, как фактора стимулирования въездного сайты Их туризма являются туристических компаний. доступность, возможность выбора языка, простота в использовании поможет иностранным потенциальным туристам узнать об объектах, достопримечательностях и событиях, которые возможно его заинтересуют, он захочет посетить Россию, увидеть своими глазами объекты мирового и культурного наследия, природные парки, достопримечательности, посетить фестивали и другие события. На туристском рынке в Екатеринбурге можно выделить несколько компаний, которые заинтересованы во въездном туризме. Сайты адаптированы для граждан других стран (возможность выбора языка), наличие информации о предстоящих событиях, перечень предоставляемых услуг и др. Услуги, которые предоставляют компании, вполне удовлетворяют потребности иностранных туристов: визовая поддержка, встреча делегаций, размещение в гостиницах или отелях, прием иностранных граждан, услуги переводчиков, туры по Свердловской области и Уралу, помощь в организации мероприятий и культурных программ, корпоративные поездки МІСЕ.

Данные компании наиболее востребованы для делового вида туризма, они сотрудничают с центрами международной торговли, МВЦ Экспо и другими организациями.

На основании предложений данных компаний выделила популярные направления среди иностранных туристов: деловой туризм, экологический, спелеотуризм, активный отдых, гастрономический туризм и экскурсионный.

В Россию приезжают граждане Китая, других Азиатских стран, и граждане Европы. Туристы из Китая создают большой поток въездного туризма, они ориентированы в большей степени на гастротуризм, эко туризм, так как в Китае культ еды, блюд, русской кухни; эко туризм оправдывает свой спрос экологической проблемой в Китае. Отмечают чистое небо и свежий воздух в России. У туристов из Европы приоритетное направление — это экскурсии, гастротуризм, деловые поездки, активный отдых.

Для того, чтобы понимать, какое количество приезжает в страну, проанализировала данные официальной статистики. На сегодня, количество приезжающих в страну иностранных посетителей, по данным официальной статистики Росстат в 2017 году составил 18 972 000 человек из стран дальнего зарубежья, что составило на 3% меньше, чем в 2016 году (19 525 000 человек)<sup>1</sup>. Данные за 9 месяцев 2016 года и 9 месяцев 2017 года.

Лидирующие позиции приезжающих зарубежных туристов заняли гр-не Китая (1 243 000 человек) и Финляндии (781 000 человек). Турецкие посетители увеличили въезд на территорию РФ на 103% (с 29 058 до 59 000 человек) по сравнению с аналогичным показателем 2016г. Таиланд повысил поток на 56% (с 21 214 до 33 000 человек).

 $<sup>^1</sup>$  Федеральное агентство по туризму: Въезд иностранных граждан на территорию РФ. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/

Снизился поток туристов из Польши -33% (с 835 427 до 556 000 человек), Монголии -27% (с 414 524 до 301 000 человек), Финляндии -26% (с 1 052 323 до 781 000 человек) $^{1}$ .

По официальным данным статистики РОСТУРИЗМ численность иностранных граждан, прибывших в Свердловскую область и разместившихся в КСР на 2016 год составила 111,1 тыс. человек, что в сравнении с предыдущим годом выше почти в 2 раза (65,0 тыс. человек). За последние 5 лет поток приезжающих уменьшался с 2013-2015 года (92,0 2013г, 83,8 2014г, 65,0 2015г), однако в 2018 году гарантирован приток иностранных туристов, который может увеличить количество приезжающих в 2-3 раза в связи с предстоящим событием.

На этапах подготовки к ЧМ начинают продвигать страну для туризма. По оценкам экспертов это событие привлечет до 1.5 млн туристов, которые в среднем потратят 1000\$. Гостиницы, отели, хостелы переполнены, билеты раскуплены, что говорит о значимости событийного туризма, его масштабах и популярности.

Для того чтобы разобраться с ситуацией въездного туризма в Екатеринбурге и Свердловской области, узнать какие средства стимулирования въездного туризма используют туроператоры, было проведено исследование в компаниях Екатеринбурга методом интервьюирования.

Актуальность данного исследования заключается в том, что рынок въездного туризма полон потенциала, однако почти «пустой». Государственные разработки по развитию туризма заинтересованы в привлечении иностранных гостей в страну, привлекают инвесторов в регионы, развивают инфраструктуру. Другими словами, туризм — одна из отраслей мировой экономики, приносящая огромную прибыль. Изучать способы стимулирования необходимо регулярно, поскольку рынок изменчив, и те инструменты, которые мы используем сегодня, завтра будут не рабочими.

 $<sup>^1</sup>$  Федеральное агентство по туризму: Въезд иностранных граждан на территорию РФ. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/

Предметом исследования является въездной туризм как вид туризма.

Объектом исследования выступают средства стимулирования въездного туризма и направлений.

Цель: Выявить средства стимулирования въездного туризма.

Задачи исследования:

- 1. Выявить, какие направления въездного туризма наиболее популярны в Екатеринбурге и Свердловской области;
- 2. Выявить, какие виды туризма популярны в Екатеринбурге и Свердловской области
  - 3. Выявить средства стимулирования въездного туризма;
  - 4. Выявить проблемы в продвижении въездного туризма;
- 5. Выявить средства стимулирования въездного туризма в турагентствах Екатеринбурга;

Для реализации цели и задач исследования я провела исследование. В интервью приняли участие три профессионала в сфере туризма, которые поделились своим опытом, обозначили проблемы, на которые следует обратить внимание. Два сотрудника из компании «Слетать.ру» и один сотрудник из компании «Экскурсии и туры по Екатеринбургу и Уралу». В филиале города Екатеринбурга генеральный директор «Слетать.ру» (ООО ТА «СИНЕРГИЯ») ответил на вопросы, высказал свою профессиональную точку зрения. Руководитель филиала «Слетать.ру» также поделилась своим опытом. Главный руководитель, экскурсовод компании «Экскурсии и туры по Екатеринбургу и Уралу» был проинтервьюирован в рамках исследования.

Одной из задач исследования было необходимо выяснить, какие пользуются популярностью Екатеринбурге направления туризма Свердловской области среди туристов. Какие направления въездного туризма пользуются спросом в Вашей фирме? (И1) В настоящее время популярны туры выходного дня, маршруты по достопримечательностям Урала, активные туры как многодневные, так и однодневные. (И2) В большей степени это туры выходного дня, т.к. *3a* это время можно ознакомиться

достопримечательностями, местной культурой, природой. Это самые рентабельные туры на данный момент. Эти туры включены в основной тур, который длится неделю- две. (ИЗ) Экскурсии по Екатеринбургу и Уралу.

По ответам сотрудников туры выходного дня и однодневные туры (Экскурсионные) заняли стабильную нишу среди спроса туристов. В «Слетать.ру» ориентированы на недельные туры, однако другие направления так же есть в наличии. «Экскурсии и туры по Екатеринбургу и Уралу» занимаются только экскурсионными услугами.

Екатеринбург – деловой промышленный, инновационный центр, где регулярно проходят конференции, выставки, Иннопром и число иностранных посетителей стабильно поддерживается благодаря бизнес промышленному туризму. Приезжая в Екатеринбург становится интересно побывать в исторических местах, увидеть город со смотровой площадки, и бизнес поездки, таким образом, совмещаются с культурной программой. Гастрономический туризм и эко туризм становятся одними из основных направлений для китайских граждан, русская кухня богата блюдами и рецептами, страна богата природными ресурсами. Данную информацию подтверждают респонденты в своем интервью. Какие направления въездного туризма среди иностранных туристов наиболее популярны в Свердловской области и Екатеринбурге? (И1) Иностранцев, конечно, значительно меньше, чем российских туристов, но в основном это деловые поездки, выставки, если они и изучают регион, то предпочитают организованные экскурсионные туры. (И2) У иностранцев пользуются популярностью гастрономические туры, особенно туристы из Китая. Так же ЭКО туризм, определенно это связано с экологической обстановкой в их стране... (ИЗ) Экскурсии по Екатеринбургу и Уралу.

Как мы видим, мнения различны, выделили регион по многим направлениям: ЭКО туризм, экскурсионный туризм, деловой туризм. Деловой, эко, гастрономический и экскурсионный туризм сейчас на пике популярности

среди приезжих гостей. Значительная доля приходится на деловой туризм, это связано с развитием региона как промышленного центра.

Сколько в среднем продолжается пребывание иностранных туристов в Екатеринбурге ответил Генеральный директор «Слетать.ру» «Продолжительность тура зависит от типа, если это активный вид туризма, то 2-4 дня, экскурсионные соответственно 1-2 дня»

Необходимо было выяснить, какая возрастная группа активно посещает регион, мнения респондентов разошлись. Туристы каких возрастов посещают страну в наибольшем количестве? (И1) Активная доля туристов приходится на людей от 24 до38 лет. (И2) Туристы в возрасте от 23 лет... (И3) Разные возрастные группы

Данные разногласия могут обосновываться тем фактором, что турфирмы разных направлений, и специализаций. Соответственно возрастные группы имеют различия.

Курс рубля снизился по отношению к юаню, и китайцам стало выгодно приезжать на отдых в Россию. Росту поездок способствует реализация соглашения между правительствами обеих стран. Сейчас туристы Китая и России могут взаимно въезжать по безвизовым групповым спискам от 5 до 50 человек на срок до 15 дней. Стали проходить мероприятия, проводимые совместно с китайцами, тематикой которых стала дегустация блюд. В связи с перечисленными событиями, въезд туристов из Китая значительно увеличил свои показатели. Подтвердили этот факт респонденты «Слетать.ру». Так же выделили среди частых посетителей граждан из Европы.

Роль туризма с каждым годом будет только возрастать и для его рационального и гармоничного развития необходимо всестороннее научное изучение и осмысление данного феномена. Одной из задач исследования стояла задача выяснить, какие средства стимулирования въездного туризма используют турфирмы. Об этом спросили у руководителей турагентств Екатеринбурга. Какие средства в своей фирме Вы используете для стимулирования въездного туризма? (И1) Для стимулирования въездного

потока разрабатываем и реализуем рекламно-информационные программы, рекламные туры по туристическим центрам для иностранных партнеров, журналистов. Заявляемся на международных выставках по въездному туризму. (И2) Реклама, партнёрство с другими фирмами, выставки. (И3) Реклама, партнерство с другими фирмами, работающими с иностранными гостями.

Исходя из ответов можно предположить, что эти способы достаточно эффективны и приносят желаемый результат. К таким способам относятся реклама, сотрудничество с компаниями, партнерство, участие в выставках, рекламные туры. Рынок изменчив и в скором времени на смену придут новые технологии и методы развития, важно быть в фокусе изменчивого рынка.

Одной из задач нашего исследования было выявить участие фирм в выставках, поскольку международные международных выставочные мероприятия отражают развитие туризма, несут биржевую информацию, являются средством прогнозирования изменений, а также явлением с экономическим, политическим и социальным подтекстом. Международные выставочно-ярмарочные мероприятия позволяют решать многие задачи. Продемонстрировать возможности путешествия в страну, привлекать внимание к турпродуктам, устанавливать контакты с представителями зарубежных туристских администраций И предприятий, заключать договоры сотрудничестве и продажах. Мы узнали, в каких выставках компании демонстрируют свой продукт. Участвуете ли Вы в международных выставках и инвесторских конференциях? Если да, то в каких? (И1) Безусловно участвуем, поскольку это один из самых эффективных методов продвижения, в число таких выставок входят выставки, проводимые в EXPOTRAVEL, крупнейшая выставка в Париже IFTM «TOP RESA», BITE в Пекине, ITB China в Шанхае и другие...

На таких мероприятиях можно устанавливать партнерские отношения с компаниями других стран, создавать доверительные надежные связи между турагентствами. Все респонденты подтвердили факт о сотрудничестве с

партнерами других стран. (См. Приложение 4, вопрос 8). Данный способ является одним из способов привлечения туристов в страну.

Для успешной работы компании на туристском рынке необходимо быть осведомленным о предстоящих событиях, выставках, мероприятиях по продвижению въездного туризма. Подтвердили респонденты данных компаний. (См. Приложение 4, вопрос 9)

Узнали, эффективны ли данные методы продвижения въездного туризма. На поставленный вопрос ответил генеральный директор: *Наблюдается ли увеличение потока иностранных туристов после участия в мероприятиях по продвижению въездного туризма? (И1) Наблюдается, в качестве примера могу сказать, что показатели вырастают на 7-13% по сравнению с показателями аналогичного периода предыдущих лет. Другие респонденты согласны с мнением И1.* 

Следующей задачей стоит вопрос о том. какие средства стимулирования являются наиболее затратными для компаний. Безусловно, методы, которые используют для стимулирования въездного туризма, являются эффективными, однако не все методы являются дешевыми. Узнала у профессионалов, какие методы они считают наиболее дорогими, затратными. Какие средства продвижения являются наиболее затратными для Вашей компании? (И1) к наиболее затратным методам могу отнести рекламные туры, однако они дают хорошую прибыль в будущем, что в последствии положительно сказывается на компании (И2) рекламные туры (И3) наиболее затратная является реклама

Задачей исследования было выявить перспективные и наиболее интересные направления туров. Помимо популярных направлений, было выявлено еще и мнение экспертов о том, какие виды туризма могли бы еще заинтересовать иностранных туристов по их мнению. Выделили экстремальный туризм, рыбалку, охоту, сплавы по рекам, эко туризм, урбан туризм, архитектурные экскурсии. (См. Приложение 4, вопрос 12).

Екатеринбург знаменит как место, где окончили свои дни члены царской семьи и граница Европы-Азии, но нам есть чем еще заинтересовать людей. Природа, фестиваль музыки, ночь музеев, новые бизнес-проекты, спортивные мероприятия. Своим мнением поделились руководители турагентств Екатеринбурга.

Одной из задач был вопрос о том, какие места, события могут стимулировать въездной туризм в нашей области. Своим мнением поделились респонденты. Какие места или события могут привлечь иностранных туристов в Свердловскую область по Вашему мнению? (И1) Большой ажиотаж вокруг Чемпионата Мира, сейчас поток въездного вырастет в несколько раз, прекрасная возможность заинтересовать болельщиков. Возможно, среди них будут и возвратные туристы. Уральские горы, озера просто не могут не заинтересовать людей, большое количество исторических мест привлекут туристов и дадут отрасли новый виток для развития. (И2) Крупные спортивные мероприятия, событийные мероприятия. Уральские горы, озера, исторические места и события. (И3) Любые, имеющие историкокультурные или рекреационные ценности.

Как мы видим, событийные мероприятия несут в себе огромный потенциал для стимулирования въездного туризма, богатые природноклиматические зоны. В этом году актуально взять во внимание прирост въездного туризма в связи с Чемпионатом Мира по футболу. Данный ресурс позволит показать туристам интересные места, богатую природными ресурсами страну, многонациональную культуру.

Задачей данного исследования было выяснить какие исследования проводят компании Екатеринбурга. Знать о потребностях людей, интересах — это ключевой момент, который приведет к успеху компанию. Есть множество способов чтобы выяснить о потребностях — опросы, интервью, анализ статистических данных. Однако в турагентствах не проводили никаких исследований для выявления потребностей и интересов туристов (См. Приложение 4, вопрос 14). Возможно, это связано со стоимостью проводимого

исследования и ряда ограничивающих факторов (географическая отдаленность).

Руководители турфирм убеждены в том, что возможно увеличить потоки иностранцев с помощью различных мероприятий, спортивных, культурных, деловых, маркетинговых мероприятий. (См. Приложение 4, вопрос 15).

В силу своего географического положения Россия не является страной массового въезда туристов с целью традиционного летнего пляжного отдыха. Тем не менее, культурно-исторический, природный потенциал страны огромен, и, при совершенствовании и развитии туристской инфраструктуры, правильной работе маркетинговой концепции, в том числе формировании объектов туристского показа на основе реставрации и развития исторических центров, количество иностранных туристов, прибывающих в нашу страну, может значительно вырасти. Для этого выяснили о маркетинговых разработках и программах в стране у руководителей туристских компаний. Есть ли какиелибо программы в стране по увеличению потока иностранных туристов? Если есть, то какие? (И1) Да, есть. Ростуризм подготовил программу входе реализации которой, планируется создать новые туристские объекты и маршруты, улучшить инфраструктуру, подготовить квалифицированных специалистов, урегулировать механизмы финансирования, а также повысить Bинформированность на мировом uвнутреннем рынках туризма. разработана «Екатеринбург Свердловской области программа туристический центр, где встречается Европа и Азия». (И2) Да, есть. В основном направлены региональные проекты на привлечение иностранцев (ИЗ) Есть, в основном, направленные на поддержку проектов и компаний, работающих с иностранцами.

В любой деятельности есть свои нюансы и трудности, с которыми приходится сталкиваться работникам, о которых мы узнали у руководителей тур компаний. С какими проблемами Вы сталкиваетсь при приеме иностранных граждан в России? (И1) Иностранцы пытаются забронировать себе билеты через турагентства, однако их уже нет, недостаточно

разработаны экскурсионные программы для иностранцев, квалифицированных кадров дефицит... Отели стараются повышать уровень сервиса. Ряд некоторых проблем устранены, есть к чему стремиться. (И2) Бывает сложно найти компетентных специалистов, которые смогут работать с группой иностранцев. Сейчас так же пытаются забронировать билеты на ЧМ, которых уже нет. (И3) Не всегда возможно оперативно найти профессионала, работающего на нужном языке.

В ответах респондентов мы видим, что проблем достаточно, ряд проблем существует с предстоящим Чемпионатом Мира, хотя это ожидаемо. Билеты быстро крупные мероприятия. очень на такие квалифицированных кадров – проблема всей системы туризма. Для того чтобы подкрепить свой статус компании по въездному туризму, компании, которая занимается экскурсиями для иностранцев, рекомендуется иметь в собственном штабе сотрудников-лингвистов говорящих на нескольких языках, чтобы избежать неприятных моментов и закрыть потребность в персонале, который знает «нужный» язык. Финансовый аспект следует рассмотреть с другой точки зрения. Для стимулирования инкаминга есть и ряд своих ограничений, требований. Мы узнали у сотрудников турфирм с какими проблемами они сталкиваются лично. Cкакими проблемами Вы сталкиваетесь стимулировании въездного туризма? (И1) Недостаточное финансирование для развития отельной базы, транспортно-дорожной. 60-70% стоимости тура составляют билеты, что определяет достаточно высокую стоимость туров в России в целом. (И2) Конкуренция, слабая развитая отельная сеть. Конкуренция (зачастую, недобросовестная), падение спроса.

Из ответа И1 видно, что он не влияет на решение конкретной проблемы. Это прерогатива властей, политики, компаний-инвесторов. Но проблему конкуренции решить возможно. Достаточно закрывать потребности, быть более конкурентными в ценовом аспекте, в наборе услуг, количестве и качестве предоставляемых туров, а также давать гарантии своим клиентам в безопасности и качестве продукта.

В рамках исследования был рассмотрен рынок въездного туризма в Екатеринбурге, выявлены средства стимулирования въездного туризма, которые используют компании. Эффективными средствами стимулирования являются международные выставки, рекламные туры, реклама, разработка брошюр, сотрудничество с компаниями из других стран. Так же были выявлены популярные направления и виды туризма среди иностранных граждан. По мнению респондентов перспективными видами и направлениями туров для иностранных туристов, являются такие виды туризма, как экстремальный, охота, рыбалка, гастрономический, экологический, урбан туризм архитектурный. Среди проблем обозначили дорогие авиабилеты, развитая отельная база, конкуренция, нехватка кадров. Финансирование со стороны правительства недостаточное.

На основе полученных данных, необходимо разработать эко тур, который необходим для того, чтобы показать иностранцам те объекты, ради которых стоит приезжать в нашу страну, с помощью таких туров появится возможность привлечь большее число гостей, тем самым стимулировать въездной туризм в стране. Поскольку экологический туризм является одним из востребованных видов направлений, на данном основании был разработан тур, включающий в себя природные зоны, национальные парки, которые сохранили свою флору и фауну. Исходя из статистических данных, основную массу (более 1млн человек) въездного туризма составляют туристы ИЗ Китая, интересуются первозданной природой России, историей и культурой страны, а также традиционной русской кухней. Этот факт подтвердили и респонденты в интервью. Опираясь на полученные знания разработан тур для туристов из Китая, который учитывает их интерес к эко турам, заинтересованность в отдыхе в России. Следует так же принять во внимание тот факт, что курс рубля снизился по отношению к юаню, и китайцам стало выгодно приезжать на отдых Россию. Росту поездок способствует реализация соглашения между правительствами обеих стран.

В связи с интересом китайских туристов к РФ и Екатеринбургу в частности нами был предложен экологический тур по Свердловской области. Данный тур охватывает ключевые экологически чистые природные зоны, национальные парки и предметы культуры. Тур рассчитан на группу до 10 человек, продолжительность тура составляет 10 дней. Стоимость тура на 10 человек составляет 601 770 рублей, соответственно для 1 туриста такой тур составит сумму 60 177 рублей.

Таблица 1

#### Стоимость тура

1	Авиаперелет Пекин_Екатеринбург_Пекин «S7 Airlines»	394 170р/10чел
	9.07 Прилет - 18.07 Отправление	$(39 417 p/чел)^1$
2	Дом Кордон «Новый»	14 000p/10чел <sup>2</sup>
		(1400р/чел)
3	Пешеходная экскурсия по экологическим местам парка	Бесплатно
4	Экскурсионная программа «Миткинский рудник»	4500р /25 чел <sup>3</sup>
		(450р/чел)
5	Тальков Камень въезд на озеро	500p/ 10чел <sup>4</sup>
		(50р/чел)
6	Коттедж Горизонт	18 000р/16чел <sup>5</sup>
		(1125р/чел)
7	Русская Баня	3000p/4 часа <sup>6</sup>
8	Катание на лошадях	6000p/10чел <sup>7</sup>
		600р/чел <sup>8</sup>
9	Площадка для палаточного лагеря	1000p/10чел <sup>9</sup>
	<del>-</del>	(100р/чел)
10	Оборудованная площадка для отдыха «Домик Барбекю»	1500р/10чел <sup>10</sup>

 $<sup>^1</sup>$ Aviasales: Поиск дешевых авиабилетов. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.aviasales.ru/

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Официальный сайт Оленьи ручьи: Размещение. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.olen.ur.ru/servandprice

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> *Официальный* сайт Оленьи ручьи: Услуги и цены. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.olen.ur.ru/servandprice

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>*Haw* Урал: цены. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://nashural.ru/mesta/sverdlovskaya-oblast/talkov-kamen/

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup>*Bce* загород. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://vsezagorod.ru/catalog/gorizont.html

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup>Там же

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup>*EKAPRAZDNIK.RU* [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://eka-prazdnik.ru/publications/gde\_pokatatsya\_na\_loshadyah\_v\_ekaterinburge

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup>*КСК* Серебряная подкова [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://serebryanayapodkova.ru/

 $<sup>^9</sup>$ Национальный парк ПРИПЫШМИНСКИЕ БОРЫ [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.nppbor.ru/tourism/price2017.html  $^{10}$ Там же

11	Экскурсия по экологической тропе «В гостях у леса»	1000р/10чел
		(100р/чел)
12	Экскурсия по экологической тропе «Озеро Гурино»	1000р/10чел <sup>1</sup>
		(100р/чел)
13	Экскурсия в музей природы	500р/10чел
		(50р/чел)
14	Автобус	$60\ 000$ р $/10$ дней $^2$
15	Гид-переводчик	От 96 600p <sup>3</sup>

Разработанный тур включает природные объекты, которые являются экологически чистыми, популярными местами для эко туризма, природные ресурсы максимально сохранены, экотуризм предполагает минимальное воздействие на природу. Разработанный тур включил в себя такие природные объекты, как парк «Оленьи Ручьи», «Бажовские места», озеро Таватуй и другие озёра. Все объекты носят свой культурно-исторический характер. Туристы изучают местную природу, посещают экскурсии, знакомятся с местной культурой региона. Таким образом, одним из популярных видов туризма на туризм, данный тур направлен стимулирование является ЭКО популяризацию въездного туризма, который нацелен на знакомство с природой.

Таким образом, в ходе исследования мы выяснили какие средства стимулирования используют турфирмы, какие средства являются эффективными на данный момент. Опираясь на полученные данные разработан тур, который будет осуществлять одну из функций стимулирования въездного туризма. Программа тура представлена в приложении 5 (См. Приложение 5).

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Там же

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>UVA Trans. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.procatek.ru/uslug/avtobusy/mercedes-sprinter

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>LSGroup [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://lsgroup.pro/

# 3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЛИСТОВ РАБОЧЕЙ ТЕТРАДИ НА ТЕМУ: «ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ И СРЕДСТВА ЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ»

Одним из важных предметно-знаковых средств обучения, получивших в последнее время общее признание у преподавателей и учащихся, является рабочая тетрадь. В методике обучения рабочие тетради появились еще в 20-е гг. прошлого столетия. В 1960 —70-е гг. были созданы рабочие тетради по общеобразовательным предметам, которые применялись в училищах и техникумах. В настоящее время рабочие тетради по циклу учебных дисциплин вошли в методическую систему обучения полной средней школы. Однако следует признать, что широкого применения этот вид средств обучения в профессиональной подготовке специалистов пока не нашел. С опорными конспектами рабочие тетради объединяет знаковая форма представления учебной информации. Рабочая тетрадь — особый жанр учебной литературы, призванный активизировать учебно-познавательную деятельность учащихся. Существенное отличие ее заключается в том, что в опорных конспектах учебная деятельность отражается в определенной логике, а в рабочей тетради она специально конструируется. Суть конструкта емко выразил Л.Н.Ланда: «...обеспечить пооперационное формирование мыслительных процессов» 1. Операции ученый образно представил в виде «кирпичиков мыслительной деятельности». Чтобы сознательно и целенаправленно их формировать у педагога и учащихся, необходимо надежное средство<sup>2</sup>.

Цель применения рабочей тетради в профессиональном обучении — обеспечить пооперационное формирование технических понятий, способствовать активизации учебно-познавательной деятельности учащихся на уроках теоретического и производственного обучения. Однако обеспечить успешное пооперационное формирование мыслительных процессов

 $<sup>^{1}</sup>$  Ланда Л.Н. Алгоритмизация в обучении. М.: Просвещение, 1966. С. 523

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 84

невозможно без разработки средств пооперационного контроля этих процессов. Основными источниками знаний педагога о ходе усвоения учащимися технических знаний и умений являются опрос и различного рода проверочные работы. Делая проверку контрольных работ, педагог имеет дело главным образом с результатами мыслительной деятельности учащегося и не имеет возможности проникнуть в самый процесс этой деятельности. Одним из средств управления мыслительной деятельностью являются листы рабочей тетради, или сами рабочие тетради. В настоящее время рабочие тетради решают следующие образовательные задачи:

- 1. усвоение технических понятий;
- 2. приобретение практических умений и навыков;
- 3. формирование у учащихся умений и навыков самоконтроля;
- 4. развитие мышления у учащихся;
- 5. контроль хода обучения.

Для реализации образовательных задач для рабочей тетради разрабатываются специальные типы заданий-упражнений 1. Задания построены так, что, работая над ними, учащийся не может не производить всех операций, его ошибка на каждом этапе учебного познания может быть замечена педагогом и исправлена, при этом она исправляется в том месте, где была совершена. В качестве операций, которые необходимо выполнить учащимся при формировании технических понятий, применяются:

- 1. операциональное определение технических понятий;
- 2. вычерчивание чертежей, блок-схем, принципиальных электрических схем;
- 3. преобразование схем, моделей для расчета параметров технических объектов;
  - 4. определение элементов конструкции устройств;

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 85.

- 5. анализ физических процессов, режимов работы устройства в виде векторных, потенциальных, временных диаграмм и графиков изменения сигналов;
- 6. преобразование математических формул расчета системы параметров;
- 7. расчет системы параметров устройств по формулам, временным и векторным диаграммам и т.д.

Функции рабочей тетради в учебном процессе следующие.

- 1. Обучающая. Предполагается формирование у учащихся необходимых знаний и умений.
- 2. Развивающая. Рабочая тетрадь способствует развитию устойчивого внимания на уроке. Благодаря рабочей тетради учебный материал легче воспринимается. Рабочая тетрадь может быть инструментом в развитии мышления через специально разработанные задания и упражнения творческого характера.
  - 3. Воспитывающая. Воспитание аккуратности в ведении конспекта.
- 4. Формирующая. Рабочая тетрадь формирует у обучаемых навыки самоконтроля при условии систематического заполнения листов рабочей тетради.
- 5. Рационализирующая. Рациональная организация учебного времени и учебной работы обучаемых. При работе с листами рабочей тетради основное время учащихся затрачивается на познание смысла изучаемых понятий, описывающих технические объекты и принципы их работы, технологические процессы, основы технологии производства продукции.
- 6. Контролирующая. Рабочая тетрадь может быть использована для контроля знаний и умений учащихся<sup>1</sup>.

Лист рабочей тетради представляет собой тест второго уровня усвоения понятий. При этом у преподавателя появляется возможность осуществлять этот

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 86

контроль постоянно, на определенных этапах урока, так как учебный материала в листах рабочей тетради разбит на блоки.

Различают три рабочей тетради: информационный, вида контролирующий, смешанный. Информационный вид рабочей тетради несет в себе информацию только о содержании учебного материала. Учебная информация в рабочей тетради задает учащимся ориентацию в содержании рассматриваемой темы. Данный вид рабочей тетради широко распространен в профессиональной школе, так как по многим учебным предметам нет учебного материала ни в одном учебнике или учебная информация рассредоточена по учебникам. Вследствие нескольким ЭТОГО преподаватель конструировать учебную информацию в рабочей тетради. Контролирующая рабочая тетрадь используется после изучения темы урока. Преподаватель с помощью листов рабочей тетради может не только установить факт знания или незнания, но и определить, на какой операции учащийся допускает ошибку, и на этапе формирования понятия устранить ее. Смешанный вид рабочей тетради включает себя информационный И контролирующий блоки. информационный блок включают новый учебный материал, в контролирующий помещают задания и тесты для контроля полученных знаний и умений, задания самостоятельной работы. В настоящее время рабочие ДЛЯ тетради, применяемые в профессиональном обучении, классифицируются по типам:

- 1. тетради для упражнений, или тренинговые тетради;
- 2. тетради по графическому моделированию;
- 3. семиотико-семантические тетради<sup>1</sup>.

Тетради для упражнений предназначены для самостоятельной работы учащихся, они способствуют формированию умений и навыков решения типовых задач и упражнений.

Для формирования профессиональных знаний и умений в системе профессиональной подготовки персонала может широко применяться второй

 $<sup>^{1}</sup>$  Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 87

тип тетради — тетради по графическому моделированию. Листы рабочей тетради с системой специальных практических заданий позволят будущему профессионалу развить воображение, память, мышление другие познавательные процессы. Семиотико-семантические рабочие тетради основаны на сочетании чертежей, схем, графических моделей со смысловыми интеллектуальными задачами творческого уровня. Листы рабочей тетради такого типа могут быть разработаны для развития диагностических и проектировочных умений и навыков будущего специалиста. Для этого необходимо специальным образом конструировать задачи и упражнения с опорой содержательную основу профессиональной деятельности специалиста определенного профиля 1.

К структуре рабочей тетради предъявляются определенные требования.

- 1. Рабочая тетрадь должна иметь предисловие, поясняющее об ращение к учащимся.
- 2. Система вопросов и заданий должна быть построена в соответствии со структурой и логикой формирования соответствующих понятий. Между заданиями должна быть определена соподчиненность, касающаяся как содержания предмета, так и надпредметных умений. Задача автора вести учащегося от темы к теме, от решения простых проблем к более сложным заданиям.
- 3. Иллюстрации в рабочей тетради должны быть рабочими, т.е. обучающими. К ним могут ставиться вопросы, требующие объяснения. Рисунок можно дополнить или предложить свой вариант. Там, где это возможно и оправдано, имеет смысл предложить начертить или дополнить схему.
- 4. Композиционное построение рабочей тетради зависит от замысла автора, от характера и содержания учебного материала, его объема характера вопросов и заданий. Однако в любом случае должны быть предусмотрены

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 87

достаточное место для ответов учащихся возможность исправления допущенных ошибок, неточностей.

- 5. В конце каждой темы внутри тетради желательна серия контрольных вопросов, что позволяет лишний раз систематизировать знания учащихся.
- 6. Завершает тетрадь заключение, ориентирующее учащихся на содержание учебного материала, который будет изучаться впоследствии<sup>1</sup>.

Для контроля уровня сформированных знаний лист рабочей тетради включает содержание задач или проблемные вопросы. Для того чтобы листы рабочей тетради могли систематически формировать устойчивые профессиональные умения они должны отвечать следующим требованиям

- 1. Полнота наличие задач на освоение всех изучаемых понятий, фактов, методов профессиональной деятельности.
- 2. Группировка системы задач, обобщенные способы решения которых переносятся в решения задач широкого спектра профессиональной деятельности.
  - 3. Связность всех блоков информации на листах рабочей тетради.
- 4. Возрастание трудности решения задач и планируемых результатов обучения.
- 5. Целевая ориентация для каждой задачи определено место на листах рабочей тетради.
- 6. Целевая достаточность достаточно задач закрепления методов решения, если они обладают свойством переноса на другие предметные области.
- 7. Психологическая комфортность обучаемых при работе с листом рабочей тетради. Учащиеся имеют возможность формировать понятия в индивидуальном темпе усвоения содержания учебной информации, проводить самоконтроль и контроль деятельности своего товарища.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007.С. 87

Логика представления учебной информации такая же, как в опорном конспекте. Работа учащихся над определениями формируемых понятий, рассмотрение конструкции изучаемого устройства задают ориентировочную основу деятельности; построение графиков, диаграмм, проведение операций над формулами формируют исполнительские действия. И, наконец, решение формулировка задач, «выводного знания» определяют уровень сформированных знаний и умений учащихся. Здесь следует отметить, что единая логика представления учебной информации, единый операционной деятельности учащихся во всей рабочей тетради на протяжении всего изучения учебного предмета переходят в метод учебной работы. Вследствие этого мы называем рабочую тетрадь разновидностью учебных техник<sup>1</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Эрганова Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие. М.: Академия, 2007. С. 87

## Инструкция

В тетради представлены контрольные вопросы, задания, а также задания по заполнению таблиц. Выполнение некоторых заданий требуют изучение дополнительной литературы. Вопросы и задания, помещенные в тетради, помогут учащимся лучше усвоить важнейшие понятия курса, осмыслить их. Прежде чем приступить к выполнению задания, ознакомьтесь с инструкцией, повторите теоретический материал.

Листы рабочей тетради на тему: «Въездной туризм и средства его стимулирования»

### 1. Сопоставьте виды туризма с их определением

Пеший туризм	Преодоление протяженного горного			
	пространства: прохождение маршрута от			
	точки А к точке В, при этом маршрут			
	включает в себя набор локальных			
	препятствий			
Водный туризм	Один из видов туризма, в котором главным или единственным средством передвижения			
	служит механическое 2-колесное			
	транспортное средство			
Горный туризм	Походы по рекам, озерам, морям и			
	водохранилищам на судах			
Конный туризм	Пешее преодоление группой маршрута по			
	слабопересеченной местности			
	Вид туризма, в котором в качестве средства			
Спелеотуризм	преодоления естественных препятствий			
	используются туристские лыжи			
Лыжный туризм	Путешествия по естественным подземным			
	полостям с преодолением в них различных			
	препятствий с использованием			
	специального снаряжения			
Велотуризм	Вид активного отдыха и спортивного			
	туризма с использованием животных			
	верхом или в упряжи в качестве средства			
	передвижения			
Парусный туризм	Путешествия на судах по морю или			
	акваториям больших озер. Задачей является			
	выполнение плана похода судна в			
	соответствии с правилами плавания во			
	внутренних водах и в открытом море			

2. Напишите, кто является автором данного определения туризма: «Туризм —
это временное перемещение людей в дестинации за пределами мест их обычной
трудовой занятости и проживания, деятельность, которой они занимаются во
время своего пребывания в этих дестинациях, и объекты инфраструктуры,
созданные для удовлетворения их потребностей»
Ответ:
3. Напишите, на какие типы в официальной классификации разделяется
туристская деятельность?
Ответ:
4. Дайте определение международному туризму.
Ответ:
5. Дайте определение национальному туризму.  Ответ:
6. Дополните следующее утверждение:
По виду используемых ресурсов туризм классифицируется
на:
7. Туризм подразделяется на различные виды, напишите, на основании каких
классификаций они разделяются?
Ответ:
О Пототите от
8. Дополните определение:
это туроперейтинг в сфере международного въездного
туризма, то есть деятельность, направленная на создание пакетов

туристических	услуг	предп	риятиями,	рабо	отающими	на	террі	итории
принимающей	страны,	ПО	размещен	ию,	питанию,	трано	спорти	іровке,
организации дос	уга и т.д.	и дове	дение их до	иност	гранных по	гребит	елей.	
9. Укажите хараг	ктерные ч	ерты и	нкаминга:					
Ответ:								
10. Заполните та	блицу:							
	Пос	педстви	я развития въ	ездного	о туризма			
Положительные факторы			Отрицательные факторы					
					_			
11. Укажите важ	кнейшие в	иды во	оздействия	туризі	ма на обще	ство, го	осудар	оство и
экономику.								
Ответ:								·····
10 11								
12. Напишите,				од от	туристско	ой отр	расли	среди
населения прини								
Ответ:								

13. Напишите, какие отрасли задействованы в туристской деятельности.
Ответ:
14. Опишите модель темпа инфляции в принимающем туристов регионе.
Ответ:
15. Опираясь на факторы развития туристской отрасли, выделите функции
международного туризма:
Ответ:
16. Перечислите задачи въездного туризма:
Ответ:
17. W
17. Укажите, туристы каких стран приезжают в Россию в наибольшем
количестве?
Ответ:
18. Напишите средства стимулирования въездного туризма.
Эффективны ли эти средства?
Ответ:

19. Обозначьте факторы, тормозящие развитие въездного туризма.
Ответ:
20. Напишите, каким образом можно решить проблемы факторов, тормозящи
развитие въездного туризма.
Ответ:
Листы рабочей тетради на тему: «Въездной туризм и средства его
стимулирования»
1. Напишите туристические центры Свердловской области.
Ответ:
<ul><li>2. Какие виды туризма в Свердловской области пользуются спросом у</li></ul>
иностранных туристов?
Ответ:
<ul><li>3. Напишите тур проекты Свердловской области, которые на данный момент</li></ul>
продвигает регион
Ответ:
Л. Напинията, какая таннанния наблиология на турматаках <del>г</del> уму в да запуста у
4. Напишите, какая тенденция наблюдается на туристском рынке въездного и внутреннего туризма.
Ответ:
O 1 D • 1 ·

5. Дайте определение «Въездному туризму»-
6. Дополните определение:
Экотуризм — это природоориентированный туризм, включающий
образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с
экологической устойчивости.
7. Дайте определение понятию «дестинация».
Ответ:
8. Перечислите ключевые критерии экотуризма:
9. Напишите, с какими видами туризма можно совместить экологический
туризм?
Ответ:
10. Напишите основные направления въездного туризма в Екатеринбурге.  Ответ:
11. Напишите, как называется выработка общей концепции развития туризма на международном и внутреннем рынках и разработка целевых программ.  Ответ:
12. Перечислите международные правовые акты. Регулирующие отношения в сфере туризма.  Ответ:

13. Какими средствами, по Вашему мнению, мог бы увеличиться поток въездного туризма в Свердловской области?

Ответ:
14. Расшифруйте абревиатуру: «МІСЕ» Ответ:
15. Перечислите особенности экотуризма:  Ответ:
16. Укажите, какие проблемы выявлены при стимулировании въездного туризма.  Ответ:
17. Напишите, ресурсы содержит в себе национальный туристский продукт.  Ответ:
18. Дайте определение деловому туризму:  Ответ:
19. Дайте определение событийному туризму:  Ответ:
20. Дайте определение гастрономическому туризму:  Ответ:

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выбор темы настоящего исследования был обусловлен главным образом следующими обстоятельствами: рынок въездного туризма стабильно растет, региональное правительство разработало немало программ по развитию въездного туризма, направленное на стимулирование въездного туризма. Екатеринбург является центром Урала, промышленным и деловым центром туризма. Следовательно, данная тема актуальна на современном рынке.

В работу включены следующие моменты: анализ туристского рынка Екатеринбурга и Свердловской области, проведение исследования методом интервью, аналитическая часть полученных знаний, составление туристического маршрута, методическая разработка по теме ВКР.

В ходе исследования были выявлены такие популярные направления как экологический туризм, деловой, активный, в том числе горный, сплавы по рекам и т.д. Данные виды туризма популярны у иностранных гостей. Преимущественно Свердловскую область посещают туристы из Китая, Азии и Европы.

Рынок турагентств предлагает большой выбор туров, однако есть некоторые проблемы, с которыми я столкнулась в ходе написания данной работы. Туроператоры зарегистрированы в «Едином реестре туроператоров», как компании, работающие на въездном туризме, однако на сайтах компаний предлагают туры в другие страны, т.е. занимаются выездным туризмом. Так же выделили такую проблему, как нехватка квалифицированных кадров.

В ходе работы были выявлены основные средства стимулирования въездного туризма компаний, которые занимаются иностранными туристами. Популярными и эффективными способами стимулирования въездного туризма являются международные выставки, рекламные туры для иностранных партнеров, рекламно-информационные программы. Так же эксперты выделили и другие способы, с помощью которых было бы можно увеличить турпоток. К

таким способам отнесли различные событийные мероприятия, деловые международные конференции, спортивные события мирового значения.

На основе полученных знаний составлен экологический тур для туристов из Китая.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1. Александрова А.Ю. Статистика туризма: учебник/ А.Ю. Александрова. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 464с.
- 2. Алексеева Н.П. Туризм: учебное пособие/ Н.П. Алексеева. Москва: Флинта, 2017. 333с.
- 3. Гончарова И.В., и др. Маркетинг туризма: учебное пособие/ И.В. Гончарова. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 217с.
- 4. *Дурович. А.П.* Организация туризма: учебное пособие/ П.А. Дурович. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 256с.
- 5. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях. Ч.1. / Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2011. 268с.
- 6. *Кашапова Л.* Э. Туристские маршруты Южного Урала: сборник научных статей/ Л.Э. Кашапова. Кемерово: КемГУКИ, 2015. 255с.
- 7. *Кирьянова Л.Г.* Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом/ Л.Г. Кирьянова// Все о туризме. 2010. №6. С. 35-40
- 8. *Кружалин В.И.* и др. География туризма: учебник/ В.И. Кружалин. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336с.
- 9. *Ланда Л.Н.* Алгоритмизация в обучении: учебник/ Л.Н. Ланда. Москва: Просвещение, 1966. 524с.
- 10. Морозов М.А. и др. Экономика туризма: учебник/ М.А. Морозов. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 288с.
- 11. Писаревский Е.Л. и др. Правовое обеспечение туризма: учебник/ Е.Л. Писаревский. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336с.
- 12. *Писаревский Е.Л. Основы* туризма: учебник/ Е.Л. Писаревский. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 375с.
- 13. *Чудновский А.Д.* и др. Менеджмент туризма: учебник/ А.Д. Чудновский, Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 576с.

- 14. *Эрганова Н.Е.* Методика профессионального обучения: учебное пособие/ Н.Е. Эрганова. Москва: Академия, 2007. 160с.
- 15. Aviasales. Поиск дешевых авиабилетов [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.aviasales.ru/
- 16. EKAPRAZDNIK.RU
   [Электронный ресурс]: Режим доступа:

   http://eka-prazdnik.ru/publications/gde\_pokatatsya\_na\_loshadyah\_v\_ekaterinburge
- 17. *EXPO* TRAVEL 2018 Туристская выставка: Прогноз и перспективы развития туризма Свердловской области [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.expo-com.info/smi-o-nas/perspektivy-razvitiya-turizma
  - 18. LSGroup [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://lsgroup.pro/
- 19. UVA Trans. Официальный сайт [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.procatek.ru/uslug/avtobusy/mercedes-sprinter
- 20. *Все* загород [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://vsezagorod.ru/catalog/gorizont.html
- 21. *Въездной* туризм в РФ: понятие, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://fb.ru/article/320693/vyezdnoy-turizm-v-rf-ponyatie-problemyi-perspektivyi
- 22. *Единый* Федеральный Реестр Туроператоров: Международный выездной туризм [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/operators/
- 23. *КВМ* лайн [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://kmvline.ru/lib/turizm/43.php
- 24. Классификация и типы туризма: Официальная классификация типов туризма [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.keyb.ru/info/klassifikatsii-i-tipyi-turizma/
- 25. *КСК* «Серебряная подкова» [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://serebryanayapodkova.ru/product
- 26. *Наш* Урал цены [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://nashural.ru/mesta/sverdlovskaya-oblast/talkov-kamen/

- 27. *Официальный* сайт Оленьи ручьи. Размещение. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.olen.ur.ru/servandprice
- 28. *Официальный* сайт Оленьи ручьи. Услуги и цены [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.olen.ur.ru/servandprice
- 29. Национальный парк ПРИПЫШМИНСКИЕ БОРЫ [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.nppbor.ru/tourism/price2017.html
- 30. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]: Режим доступа:

 $http://studbooks.net/658483/turizm/inkaming\_kommercheskoy\_deyatelnosti\_turistich \\ eskom\_rynke$ 

- 31. *Туристический* бизнес TourFaq: Въездной международный туризм [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://tourfaq.net/travel-business/chto-takoe-vezdnoj-mezhdunarodnyj-turizm/
- 32. *Федеральное* агентство по туризму: Въезд иностранных граждан на территорию РФ [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/
- 33. Федеральное агентство по туризму: Статистические данные по субъектам РФ [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/10874/

# ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

В комплекс мероприятий по стимулированию въездного туризма входит продвижение региона, мест, событий, которые являются объектами туристского рынка.

**Предметом** выступают способы стимулирования въездного туризма и направлений

**Объектом** исследования является рынок въездного туризма в Екатеринбурге

Цель: Выявить способы стимулирования въездного туризма

# Задачи исследования:

- 1. Выявить, какие направления въездного туризма наиболее популярны в Екатеринбурге и Свердловской области;
- 2. Выявить, какие виды туризма популярны в Екатеринбурге и Свердловской области
  - 3. Выявить средства стимулирования въездного туризма;
  - 4. Выявить проблемы в продвижении въездного туризма;
- 5. Выявить способы стимулирования въездного туризма в турагентствах Екатеринбурга;

### БЛАНК ВОПРОСОВ ИНТЕРВЬЮ

- 1. Какие направления въездного туризма пользуются спросом в Вашей фирме?
- 2. Какие направления въездного туризма среди иностранных туристов наиболее популярны в Свердловской области и Екатеринбурге?
  - 3. Сколько дней в среднем длится тур?
- 4. Туристы каких возрастов посещают страну в наибольшем количестве?
  - 5. Туристы каких стран посещают страну в чаще?
- 6. Какие средства в своей фирме Вы используете для стимулирования въездного туризма?
- 7. Участвуете ли Вы в международных выставках и инвесторских конференциях? Если да, то в каких?
  - 8. Сотрудничаете ли Вы с турагентствами из других стран?
- 9. Информированы ли Вы о мероприятиях по продвижению въездного туризма в стране?
- 10. Наблюдается ли увеличение потока иностранных туристов после участия в мероприятиях по продвижению въездного туризма?
- 11. Какие средства продвижения являются наиболее затратными для Вашей компании?
- 12. Как Вы считаете, какие виды туризма могли бы заинтересовать иностранных туристов в Екатеринбурге и Свердловской области?
- 13. Какие места или события могут привлечь иностранных туристов в Свердловскую область по Вашему мнению?
- 14. Проводили ли Вы исследования среди иностранных туристов на заинтересованность в посещении Екатеринбурга и Свердловской области? Если проводили. то каковы результаты?

- 15. Возможно ли увеличить поток иностранных туристов по Вашему мнению? Если да, то каким образом?
- 16. Есть ли какие-либо программы в стране по увеличению потока иностранных туристов? Если есть, то какие?
- 17. Есть ли какая-либо сезонность посещения Екатеринбурга иностранными туристами?
- 18. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при приеме иностранных граждан в России?
- 19. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при стимулировании въездного туризма?

# ХАРАКТЕРИСТИКА ИНФОРМАНТОВ

№ информанта	ФИО информанта	Должность информанта		
И1	Малахов Г. А.	Генеральный директор		
И2	Малахова П. Г.	Руководитель филиала		
И3	Киселев А. А.	Главный руководитель,		
		экскурсовод		

### ПРОТОКОЛЫ ИНТЕРВЬЮ

Протокол 1

Название организации ООО Туристическое агентство «СИНЕРГИЯ»

ФИО информанта: Малахов Геннадий Анатольевич

Должность информанта: Генеральный директор

ФИО интервьюера: Закриева Юлия Рауфовна

Дата и время проведения интервью: 24.05.2018

1. Какие направления въездного туризма пользуются спросом в Вашей фирме?

**Ответ:** В настоящее время популярны туры выходного дня, маршруты по достопримечательностям Урала, активные туры как многодневные, так и однодневные.

2. Какие направления въездного туризма среди иностранных туристов наиболее популярны в Свердловской области и Екатеринбурге?

**Ответ:** Иностранцев, конечно, значительно меньше, чем российских туристов, но в основном это деловые поездки, выставки, если они и изучают регион, то предпочитают организованные экскурсионные туры.

3. Сколько дней в среднем длится тур?

**Ответ:** Продолжительность тура зависит от типа, если это активный тур, то 2-4 дня, экскурсионные соответственно 1-2 дня.

4. Туристы каких возрастов посещают страну в наибольшем количестве?

Ответ: Активная доля туристов приходится на людей от 24 до38 лет.

5. Туристы каких стран посещают страну чаще?

**Ответ:** В последние годы частыми гостями становятся гр-не Китая и Евросоюза. Естественно большая доля приходится на Азиатские страны.

6. Какие средства в своей фирме Вы используете для стимулирования въездного туризма?

**Ответ:** Для стимулирования въездного потока разрабатываем и реализуем рекламно-информационные программы, рекламные туры по туристическим центрам для иностранных партнеров, журналистов. Заявляемся на международных выставках по въездному туризму.

7. Участвуете ли Вы в международных выставках и инвесторских конференциях? Если да, то в каких?

**Ответ:** Безусловно участвуем, поскольку это один из самых эффективных методов продвижения, в число таких выставок входят выставки, проводимые в EXPOTRAVEL, крупнейшая выставка в Париже IFTM «TOP RESA», ВІТЕ в Пекине, ITB China в Шанхае и другие...

- 8. Сотрудничаете ли Вы с турагентствами из других стран?
- **Ответ:** Да, мы стараемся расширять свои контакты с другими странами, и есть агентства с которыми нам взаимовыгодно сотрудничать.
- 9. Информированы ли Вы о мероприятиях по продвижению въездного туризма в стране?

**Ответ:** Да, есть сайты, на которых мы отслеживаем предстоящие мероприятия, где указаны туристические выставки, семинары и прочие мероприятия.

10. Наблюдается ли увеличение потока иностранных туристов после участия в мероприятиях по продвижению въездного туризма?

**Ответ:** Наблюдается, в качестве примера могу сказать, что показатели вырастают на 7-13% по сравнению с показателями аналогичного периода предыдущих лет.

11. Какие средства продвижения являются наиболее затратными для Вашей компании?

**Ответ:** К наиболее затратным методам могу отнести рекламные туры, однако они дают хорошую прибыль в будущем, что в последствии положительно сказывается на компании...

12. Как Вы считаете, какие виды туризма могли бы заинтересовать иностранных туристов в Екатеринбурге и Свердловской области?

**Ответ:** По моему мнению, иностранным туристам было бы интересно увидеть страну во всей ее реальности, наш регион богат, есть на что посмотреть. Экстремальный туризм, рыбалка, охота — то, что могло бы привлечь туристов в нашем регионе.

13. Какие места или события могут привлечь иностранных туристов в Свердловскую область по Вашему мнению?

**Ответ:** Большой ажиотаж вокруг Чемпионата Мира, сейчас поток въездного вырастет в несколько раз, прекрасная возможность заинтересовать болельщиков. Возможно, среди них будут и возвратные туристы. Уральские горы, озера просто не могут не заинтересовать людей, большое количество исторических мест привлекут туристов и дадут отрасли новый виток для развития.

14. Проводили ли Вы исследования среди иностранных туристов на заинтересованность в посещении Екатеринбурга и Свердловской области? Если проводили то каковы результаты?

**Ответ:** Как таковых исследований не проводили, используем официальные данные статистики и опыт работы на данном рынке.

15. Возможно ли увеличить поток иностранных туристов по Вашему мнению? Если да, то каким образом?

**Ответ:** Да, возможно. Для этого существует комплекс маркетинговых мероприятий, выставки, рекламные буклеты, журналы...

16. Есть ли какие-либо программы в стране по увеличению потока иностранных туристов? Если есть то какие?

Ответ: Да, есть. Ростуризм подготовил программу в ходе реализации которой планируется создать новые туристские объекты и маршруты, улучшить инфраструктуру, подготовить квалифицированных специалистов, урегулировать механизмы финансирования, aтакже повысить информированность мировом и внутреннем рынках В на Свердловской области разработана «Екатеринбург программа туристический центр, где встречается Европа и Азия».

17. Есть ли какая-либо сезонность посещения Екатеринбурга иностранными туристами?

**Ответ:** В основном это летний период, но есть и активность, связанная с какими-либо крупными событиями.

18. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при приеме иностранных граждан в России?

**Ответ:** Иностранцы пытаются забронировать себе билеты через турагентства, однако их уже нет, недостаточно разработаны экскурсионные программы для иностранцев, квалифицированных кадров дефицит... Отели стараются повышать уровень сервиса. Ряд некоторых проблем устранены, есть к чему стремиться.

19. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при стимулировании въездного туризма?

**Ответ:** Недостаточное финансирование для развития отельной базы, транспортно-дорожной. 60-70% стоимости тура составляют билеты, что определяет достаточно высокую стоимость туров в России в целом.

# Протокол 2

Название организации ООО Туристическое агентство «СИНЕРГИЯ»

ФИО информанта: Малахова Полина Геннадьевна

Должность информанта: Руководитель филиала

ФИО интервьюера: Закриева Юлия Рауфовна

Дата и время проведения интервью: 24.05.2018

1. Какие направления въездного туризма пользуются спросом в Вашей фирме?

**Ответ:** В большей степени это туры выходного дня, тк за это время можно ознакомиться с достопримечательностями, местной культурой, природой. Это самые рентабельные туры на данный момент. Эти туры включены в основной тур, который длится неделю- две.

2. Какие направления въездного туризма среди иностранных туристов наиболее популярны в Свердловской области и Екатеринбурге?

**Ответ:** У иностранцев пользуются популярностью гастрономические туры, особенно туристы из Китая. Так же ЭКО туризм, определенно это связано с экологической обстановкой в их стране...

3. Сколько дней в среднем длится тур?

Ответ: От 2 дней до 2 недель

- 4. Туристы каких возрастов посещают страну в наибольшем количестве? **Ответ:** Туристы в возрасте от 23 лет...
  - 5. Туристы каких стран посещают страну чаще?

**Ответ:** Китай номер один среди приезжающих в страну, область. Так же страны Европы.

6. Какие средства в своей фирме Вы используете для стимулирования въездного туризма?

Ответ: Реклама, партнёрство с другими фирмами, выставки

7. Участвуете ли Вы в международных выставках и инвесторских конференциях? Если да, то в каких?

**Ответ:** участвуем, это выставки, проводимые в EXPOTRAVEL, в Париже IFTM «TOP RESA», ВІТЕ в Пекине, ITB China в Шанхае и другие...

8. Сотрудничаете ли Вы с турагентствами из других стран?

**Ответ:** Да, сотрудничаем

9. Информированы ли Вы о мероприятиях по продвижению въездного туризма в стране?

**Ответ:** Да, информированы

10. Наблюдается ли увеличение потока иностранных туристов после участия в мероприятиях по продвижению въездного туризма?

**Ответ:** Наблюдается, и очень заметно!

11. Какие средства продвижения являются наиболее затратными для Вашей компании?

**Ответ:** рекламные туры

12. Как Вы считаете, какие виды туризма могли бы заинтересовать иностранных туристов в Екатеринбурге и Свердловской области?

**Ответ:** Сплавы по рекам Урала, рыбалка, тематические экскурсии, заповедники и природные парки.

13. Какие места или события могут привлечь иностранных туристов в Свердловскую область по Вашему мнению?

**Ответ:** Крупные спортивные мероприятия, событийные мероприятия. Уральские горы, озера, исторические места и события.

14. Проводили ли Вы исследования среди иностранных туристов на заинтересованность в посещении Екатеринбурга и Свердловской области? Если проводили то каковы результаты?

**Ответ:** Не проводили.

15. Возможно ли увеличить поток иностранных туристов по Вашему мнению? Если да, то каким образом?

**Ответ:** Да, возможно. Больше спортивных, культурных и праздничных мероприятий будут привлекать зарубежных гостей к нам в страну.

16. Есть ли какие-либо программы в стране по увеличению потока иностранных туристов? Если есть то какие?

**Ответ:** Да, есть. В основном направлены региональные проекты на привлечение иностранцев..

17. Есть ли какая-либо сезонность посещения Екатеринбурга иностранными туристами?

**Ответ:** Сезон длится с апреля по октябрь активных поездок, в остальные месяцы небольшой спад.

18. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при приеме иностранных граждан в России?

**Ответ:** Бывает сложно найти компетентных специалистов, которые смогут работать с группой иностранцев. Сейчас так же пытаются забронировать билеты на ЧМ которых уже нет.

19. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при стимулировании въездного туризма?

Ответ: Конкуренция, слабая развитая отельная сеть.

Протокол 3

Название организации «Экскурсии и туры по Екатеринбургу и Уралу»

ФИО информанта: Киселев Анатолий Александрович

Должность информанта: Главный руководитель, экскурсовод

ФИО интервьюера: Закриева Юлия Рауфовна

Дата и время проведения интервью: 27.05.2018

1. Какие направления въездного туризма пользуются спросом в Вашей фирме?

Ответ: Экскурсии по Екатеринбургу и Уралу

2. Какие направления въездного туризма среди иностранных туристов наиболее популярны в Свердловской области и Екатеринбурге?

Ответ: Экскурсии по Екатеринбургу и Уралу

3. Сколько дней в среднем длится тур?

Ответ: Продолжительность 1 день

4. Туристы каких возрастов посещают страну в наибольшем количестве?

**Ответ:** Разные возрастные группы

5. Туристы каких стран посещают страну в чаще?

**Ответ:** Россия, Европа

6. Какие средства в своей фирме Вы используете для стимулирования въездного туризма?

**Ответ:** Реклама, партнерство с другими фирмами, работающими с иностранными гостями.

7. Участвуете ли Вы в международных выставках и инвесторских конференциях? Если да, то в каких?

Omeem: Hem

8. Сотрудничаете ли Вы с турагентствами из других стран?

# Ответ: Да

9. Информированы ли Вы о мероприятиях по продвижению въездного туризма в стране?

# Ответ: Да

10. Наблюдается ли увеличение потока иностранных туристов после участия в мероприятиях по продвижению въездного туризма?

## Ответ: Да

11. Какие средства продвижения являются наиболее затратными для Вашей компании?

Ответ: Наиболее затратная является реклама

12. Как Вы считаете, какие виды туризма могли бы заинтересовать иностранных туристов в Екатеринбурге и Свердловской области?

Ответ: Активный отдых, урбан туризм, архитектурные экскурсии

13. Какие места или события могут привлечь иностранных туристов в Свердловскую область по Вашему мнению?

Ответ: Любые, имеющие историко-культурные или рекреационные ценности

14. Проводили ли Вы исследования среди иностранных туристов на заинтересованность в посещении Екатеринбурга и Свердловской области? Если проводили то каковы результаты?

**Ответ:** Не проводили

15. Возможно ли увеличить поток иностранных туристов по Вашему мнению? Если да, то каким образом?

Ответ: Да, больше культурных, бизнес, спортивных мероприятий.

16. Есть ли какие-либо программы в стране по увеличению потока иностранных туристов? Если есть то какие?

**Ответ:** Есть, в основном, направленные на поддержку проектов и компаний, работающих с иностранцами.

17. Есть ли какая-либо сезонность посещения Екатеринбурга иностранными туристами?

# Omeem: Hem

18. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при приеме иностранных граждан в России?

**Ответ:** Не всегда возможно оперативно найти профессионала, работающего на нужном языке

19. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при стимулировании въездного туризма?

Ответ: Конкуренция (зачастую, недобросовестная), падение спроса.

### ПРОГРАММА ТУРА

$\sim$				
9	M.	Ю	).T	TΩ

- 06:05 Вылет Пекин Екатеринбург
- 17:00 Прибытие в Кольцово
- 18:00 Трансфер Екатеринбург «Оленьи ручьи»
- 21:00 Заселение «Кордон Новый»

10 июля

- 10:00 Барбекю
- 11:30-15:30 пешеходная экскурсия по экологическим местам парка
- 15:30 Полдник
- 16:00 развлекательная программа в доме

11 июля

- 10:00 Завтрак
- 11:00-19:00 Экскурсионная программа «Миткинский рудник» 4500р /25 чел
- 20:00 ужин у костра

12 июля

- 11:00 отправление из парка «Оленьи ручьи»
- 12:00 Посещение Дидинского тоннеля
- 17:00 Прибытие в парк «Бажовские места»
- 17:30 Гора Азов

13 июля

- 9:00 Парк «Бажовские места» маршрут по парку
- 12:00 Рыбалка под водой за раками в Сысертстком озере.
- 17:00 Остановка в палатках у Талькова камня. Ужин готовят на костре.

14 июля

- 9:00 Завтрак
- 11:00 Собирание лесных ягод
- 16:00 Отправление на Таватуй

18:00 Заезд в дом на Таватуе

15 июля

7:00 Рыбалка на озере Таватуй

16:00 Велопрогулка по окрестностям дикой природы

21:00 Возвращение в дом

21:30 Русская Баня

16 июля

11:00-15:00 Посещение горы «Большой камень», подъем на смотровую площадку

16:00 Выезд с БО Таватуй

17:00 Прибытие на базу КСК «Серебряная подкова»

17:30-18:30 Катание на лошадях по маршруту

21:00 Прибытие в Национальный Парк «Припышминские Боры»

21:00 Размещение палаточного лагеря

21:30 Вечер барбекю

17 июля

9:00 Экскурсия по экологической тропе «В гостях у леса»

14:00 Экскурсия по экологической тропе «Озеро Гурино»

18:00 Возвращение в палаточный лагерь

18:30 Экскурсия в музей природы

18 июля

04:00 Выезд в Аэропорт «Кольцово»

Вылет 11:25 Екатеринбург\_Пекин