

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Развитие молодежного туризма в Российской Федерации.....	6
1.1. Объективная необходимость развития молодежного туризма в Российской Федерации.....	6
1.2. Анализ опыта развития молодежного туризма в Российской Федерации.....	15
1.3. Анализ зарубежного опыта развития молодежного туризма.....	21
Глава 2. Анализ организационно - экономических факторов развития молодежного туризма в Российской Федерации.....	30
2.1. Оценка организационно-экономической дисфункции развития молодежного туризма	30
2.2. Региональные диспропорции в процессе развития молодежного туризма	40
2.3. Структурные диспропорции туристского комплекса Российской Федерации.....	48
Глава 3. Разработка предложений по обеспечению эффективного развития молодежного туризма в Российской Федерации	55
3.1. Организационные предложения по обеспечению эффективного развития молодежного туризма в Российской Федерации.....	55
3.2. Предложения по обеспечению эффективного развития молодежного туризма с экономической точки зрения.....	60
3.3. Расчёт экономической эффективности предлагаемых мероприятий.....	62
Заключение.....	73
Список литературы.....	76
Анотация	
Приложение	

Введение.

Актуальность исследования данной выпускной квалификационной работы заключается в том, чтобы уточнить и определить необходимость развития туристической отрасли в России, которая, в свою очередь, преследует за собой цель снизить ценовую политику и разнообразить туристические услуги.

В настоящий момент развитие молодежного туризма является актуальной задачей для нашего государства, т.к. именно молодое поколение является наиболее многочисленной и активной составляющей нашего общества.

Как правило, молодые ребята предпочитают активный отдых и образ жизни. Однако, стоит обратить внимание на то, что молодое поколение не обладает достаточно большими материальными средствами и ресурсами, для того, чтобы удовлетворить все свои потребности в туристической отрасли. Ввиду чего, при планировании внутренней политики страны, относительно данной сферы, необходимо учитывать ценовую политику и стоимость туров, которая является наиболее привлекательной для молодежи.

При выборе какого-либо тура, как правило, в первую очередь обращают внимание на его стоимость, и лишь только потом на длину пути и способы передвижения, которые надо проделать туристу, чтобы добраться до места отдыха. Из-за сложившейся ситуации на рынке туристических услуг большинство туристических компаний не получают большого притока туристов, а значит, и финансовой поддержки, которая влечет за собой нехватку инвестиций направленную на развитие туризма в регионах страны и их инфраструктуру.

Для развития туризма в различных регионах Российской Федерации необходимо обратить внимание на основные туристические потоки и конкуренцию внутри имеющихся туристических компаний, взяв также во внимание опыт иностранных коллег.