

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/265946>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Экономика в туризме

Содержание

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                                    | 3  |
| Глава 1. Теоретические основы проектирования туристических площадок ...                          | 8  |
| 1.1. Дефиниции и классификации .....                                                             | 8  |
| 1.2. Методы проектирования туристических площадок.....                                           | 17 |
| Глава 2. Анализ туристического потенциала Чебоксарского района Чувашской Республики .....        | 28 |
| 2.1. Особенности функционирования туристических комплексов .....                                 | 28 |
| 2.2. Территориальный анализ рекреационных историко-культурных ресурсов района.....               | 34 |
| Глава 3. Анализ туристического потенциала Моргаушского района Чувашской Республики .....         | 44 |
| 3.1. Анализ развитости туристической отрасли в районе.....                                       | 44 |
| 3.2. Территориальный анализ рекреационных историко-культурных ресурсов района.....               | 45 |
| Глава 4. Проектирование площадок в Чебоксарском и Моргаушском районах Чувашской Республики ..... | 51 |
| 4.1. Концепция брендового маршрута «Рунический путь» .....                                       | 51 |
| 4.2. Проектирование площадок в Чебоксарском районе Чувашской Республики .....                    | 55 |
| 4.3. Проектирование площадок в Моргаушском районе Чувашской Республики .....                     | 61 |
| Заключение .....                                                                                 | 70 |
| Список использованной литературы.....                                                            | 75 |

Введение

В мировой экономике роль рынка туризма постоянно возрастает. Однако для подавляющего большинства граждан РФ стали фактически недоступны не только путешествия по России, но и ближние путешествия, зачастую даже туризм выходного дня. Состояние современного российского общества требует развития социального туризма, которое позволило бы вовлечь в туристские путешествия миллионы россиян, открыло бы широкие возможности оздоровления, познания, приобщения к культурным ценностям средствами туризма, способствовало бы переориентации большинства населения на иные социальные и политические ценности, то есть в сторону здорового образа жизни и духовности.

Современные турфирмы предлагают туры, рассчитанные на различные категории туристов, такие как отдых на пляже, приключения. Сейчас большинство людей засиживаются в своих офисах и им просто необходим необычный отдых. Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи и традиции разных народов. Познание туризма начинается с базовых понятий, которые имеют основополагающее значение для понимания туризма как экономической системы и механизма его функционирования в целом. Одним из них является понятие туристского продукта – комплекса туристских услуг, необходимого для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Именно от того насколько привлекателен тур продукт зависит прибыльность и продолжительность бизнеса любого туристического предприятия.

Экскурсионные туры становятся более востребованными, так как потребителю не хватает знаний, интереса. Современный потребитель нуждается в познавательном туризме. Но, к сожалению, экскурсионный туризм по родному краю плохо развит.

Чувашия имеет богатые как природные, так и исторические ресурсы. На ее территории сходятся три

природно-климатические зоны: лесостепь, степь, полупустыня. И самым основным ресурсом Чувашия является река Волга. Чувашия можно считать регионом экскурсионного туризма. В частности, большой популярностью пользуются туры по Волге. А так же в Чувашия существует множество легенд способствующих привлечению туристов. В настоящее время в Чувашской Республике разработаны и приняты муниципальные программы развития туризма в гг. Чебоксары, Алатыре, а также в Чебоксарском, Янтиковском, Шумерлинском, Ядринском, Мариинско-Посадском, Алатырском, Ибресинском, Козловском, Поречском, Батыревском, Красночетайском, Яльчикском районах.

Сегодня Чувашия - один из самых динамично развивающихся регионов России. И недаром в республику, славящуюся как «край ста тысяч слов, ста тысяч песен и ста тысяч вышивок» также называют краем ста тысяч возможностей - это оценка инновационного и инвестиционного потенциала Чувашии. Чувашия активно продвигает свой туристический потенциал на российском и международном уровнях. За основу развития туристской отрасли региона со-ставляют Закон Чувашской Республики от 30 сентября 1997 года «О туризме» и Указ Президента Чувашской Республики от 16 декабря 2004 № 137 «О респуб-бликанской целевой программе «Развитие туризма в Чувашской Республике на 2005-2012 годы».

Чувашия обладает достаточно мощным потенциалом по приему туристов из других регионов. Помимо природных ресурсов, среди которых первое место, безусловно, занимает Волга, имеются все предпосылки для развития перспективного вида въездного туризма. А также имеет потенциал для создания экскурсионного турпродукта. Богата природными и водными ресурсами. Также богата вещественными свидетельствами прошлых эпох, представляющими интерес для туристов. Интересным турпродуктом на саратовском туррынке, могут стать кладоискательские туры. Таким образом, разработка и внедрение экскурсионного тура в Чувашской Республике является актуальным и востребованным

Актуальность данного проекта заключается в том, что на современном этапе развития экскурсионного туризма, экскурсии дают реальную возможность туристам для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны или города, региональный туризм (внутренний) приобретает особую актуальность. Чебоксарском и Моргаушском районах имеет для развития экскурсионного вида туризма достаточно достопримечательностей как природного, так и культурно-исторического характера.

Анализ теоретических концепций и подходов свидетельствует о том, что проблеме развития туризма уделяется достаточно пристальное внимание отечественными и зарубежными учеными и специалистами. Теоретической основой для разработки экскурсионного тура по Чебоксарском и Моргаушском районах, проанализированы многочисленные труды как в сфере экскурсионного туризма, таких авторов как Кулаева К.В. «Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы» ; Емельянова Б.В.

«Организация работы курсов по переподготовке и подготовке экскурсоводов» ; Долженко Г.П. «Экскурсионное дело» ; Емельянова Б.В. «Экскурсоведение» ; так и в области природного, культурного, археологического и исторического наследия Чебоксарском и Моргаушском районах ; Макаров В.З. «Особо охраняемые природные территории Чувашской Республики» ; Мулендеева А.В., Никонорова И.В. «Структура и элементы природно-экологического каркаса и особо охраняемые природные территории Чебоксарского городского округа» ; Трифонова З.А. и Трифонова М.М. «Оценка туристического потенциала территории Чувашской Республики» ; Иванов В. П., Николаев В. В., Дмитриев В. Д. «Чуваши: этническая история и традиционная культура» , а также материалы сборника научных статей и данных Министерства молодежной политики, спорта и туризма Чувашской Республики .

Объектом выступают Чебоксарский и Моргаушский районы как перспективное направление развития туризма в Чувашской Республике.

Предметом являются проектирование тура.

Цель дипломного проекта заключается в проектировании туристической площадки в Чебоксарском и Моргаушском районах Чувашской Республики.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические основы проектирования туристических площадок;
- проанализировать туристического потенциала Чебоксарского района Чувашской Республики;
- дать характеристику туристическому потенциалу Моргаушского района Чувашской Республики;
- спроектировать площадки в Чебоксарском и Моргаушском районах Чувашской Республики.

Теоретико-методологической основой послужили фундаментальные научные труды и публикации в периодических изданиях российских и зарубежных ученых в области туризма, а также в области формирования и развития туризма и проблем современного туристского движения России.

Информационную базу составили законодательные акты, регулирующие экономические отношения в

области функционирования туризма, публикации по результатам исследований, проведенных экспертами научно-исследовательских организаций и специализированных средств массовой информации, как в России, так и за рубежом, а также официальные статистические данные Госкомстата РФ. Практическая значимость проекта связана с тем, что выводы и предложения, изложенные в дипломном проекте, могут стать основой для совершенствования туризма.

## Глава 1. Теоретические основы проектирования туристических площадок

### 1.1. Дефиниции и классификации

В современных условиях туризм представляет особый, специфический вид деятельности, который реализуется в определенном туристском регионе. Всемирная туристская организация определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых как для организации отдыха, так и для организации учебного процесса или оздоровления. На мой взгляд, при рассмотрении понятия «туристский регион» наиболее интересна позиция Н.И. Кабушкина, который рассматривает его с позиции наличия у туриста определенного мотива. Если в регионе предлагают туристские услуги и турист желает их получить, регион будет обладать широкой специализацией с наличием таких мест как промышленно-административные, образовательные и транспортные центры. Если турист посещает места с целью их исследования, то такой регион будет относиться к регионам узкой специализации, где основными местами посещения являются места развлечения и отдыха и места с туристскими достопримечательностями.

Для эффективного функционирования туристского региона необходимы туристские ресурсы, которые являются необходимым условием для его развития в целом и туристской деятельности на его территории в частности. В общем виде туристские ресурсы изучаются как часть антропогенной и природной среды, некие ее явления и объекты, которые востребованы человеком и составляют стимул, мотив для путешествия. По мнению Кускова А.С. у туристских ресурсов есть свои специфические свойства и характеристики, к которым относятся: аттрактивность, целостность, емкость, устойчивость, надежность, уникальность туристского объекта, познавательная ценность, рекреационная ценность, известность, экзотичность, выразительность и сохранность.

В Российской Федерации туристские ресурсы фиксируются в кадастре, представляющим собой обобщенную (экономическую или экологическую) потребительскую (стоимостную или балльную) оценку туристских ресурсов.

К определению дефиниции «туристские ресурсы» и ее классификации в современной отечественной литературе существуют различные подходы. Так в отечественной науке долгое время преобладал рекреационно-географический подход, основанный на базисной модели рекреационных ресурсов, разработанной коллективом Института географии Академии наук под руководством Преображенского В.С. Согласно этой модели ресурсы трактовались исключительно в природно-географическом аспекте, и их исследование сводилось к оценке природно-ландшафтной среды отдыха.

Впоследствии за счет междисциплинарных исследований природно-географические аспекты были дополнены, что позволило перейти к природно-социальному пониманию туристских ресурсов. В 80 годах XX века за счет увеличения туристской активности населения произошел переход к исследованию туристских ресурсов с учетом технико-экономических параметров. В результате природно-географические аспекты стали тесно переплетаться с экономическими и социальными, что нашло отражение в современном изложении понятия «туристские ресурсы», которые представлены в таблице 1.

Данные понятия показывают, с одной стороны, общность определений отечественных авторов,

рассматривающих туристские ресурсы как «объекты, факторы, явления не только природного, но и антропогенного характера, которые прямо или косвенно связаны с удовлетворением потребностей туристов». Причем природно-антропогенный характер раскрывается через состав включаемых объектов и через характеристики, которыми они обладают. С другой стороны в них очевидны некоторые различия, так Ушаков Д.С. считает, что не «объекты туристского показа» относятся к «туристским ресурсам», а «ресурсы территории», способные «удовлетворить туристский интерес».

Таблица 1. Современные трактовки понятия «туристские ресурсы»

Коллектив авторов Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов в своем определении туристских ресурсов указывают на то, что они должны быть «пригодны для использования в сфере туризма», не делая упор на удовлетворения потребностей туриста.

Наиболее полно исследование подходов к туристским ресурсам проведено в диссертационной работе Людвиг Л.П., которая систематизировала их и дала собственное уточненное определение (представлено в таблице 1). Данное определение точнее других отражает сущность туристских ресурсов с точки зрения их использования в туристской индустрии, так как в понятие «туристские ресурсы» включены инфраструктурные факторы, а также факторы производства туристского продукта, направленные на удовлетворение как целевых, так и сопряженных потребностей туристов.

Особенности в подходах к понятию «туристские ресурсы» проявляются при учете их состава и структуры, взаимосвязи элементов и отнесения к той или иной территории (территориальная «привязка»). Рассмотрим их более подробно.

С точки зрения выявления состава и структуры туристских ресурсов существуют два подхода. Первый основан на выделении двух групп факторов «природа + социокультура», причем под факторами социокультуры различные авторы понимают: культурные, культурно-исторические, культурно-познавательные, социокультурные, исторические, археологические и другие объекты.

Во втором подходе к двум выделенным факторам, добавляется «инфраструктура». На мой взгляд, это правомерно, так первый подход определений является ограниченным, и не в полной мере отражает данное понятие, так как потребности туриста заключаются не только в удовлетворении туристского интереса и получения впечатлений, но и в удовлетворении различных сторон его жизнедеятельности (физиологические, умственные, духовные и другие потребности).

С точки зрения взаимосвязи элементов туристских ресурсов Асташкина М.В., Козырева О.Н. и др. рассматривает ресурсообразующие факторы как отдельные объекты, способные удовлетворить потребности туристов, Кабушкин Н.И., Квартальнов В.А. рассматривают не отдельные элементы, а их объединение, совокупность. Можно согласиться с данными подходами, так как использование поэлементного или комплексного подходов будет зависеть от цели рассматриваемых ресурсов.

Так на мезо- и макроуровнях целесообразно использовать поэлементный подход, позволяющий выделить определенные туристские ресурсы. Если же дается общая оценка туристского региона, то используется комплексный подход. На микроуровне (уровень предприятий разрабатывающих и реализующих туристский продукт), при прогнозировании, планировании, организации и контроле производственной деятельности – ресурсы рассматриваются поэлементно, как отдельные объекты. При оценке потребительской полезности туристского продукта рассматривается совокупность всех ресурсов включенных в него.

С точки зрения отнесения к той или иной территории (территориальной «привязки») большинство исследователей при определении туристских ресурсов не связывают их с какой-либо территорией. На мой взгляд, правы Ушаков Д.С., Людвиг Л.П. и др., которые утверждают, что туристские ресурсы должны быть обязательно «привязаны» к территории (туристскому региону). Данный подход является обязательным для развития региона, потому что региональные туристские ресурсы ограничены и отражают состояние конкретной территории, причем способность региона удовлетворять потребности туристов, заложена именно в составе и состоянии туристских ресурсов территории.

Исходя из представленных выше подходов, можно сделать вывод, что основными критериями при определении туристских ресурсов региона будут являться: три группы факторов туристских ресурсов – «природа+социокультура+инфраструктура», комплексный подход к их определению и территориальная «привязка».

Таким образом, понятие «туристские ресурсы» региона может быть представлено как «совокупность природных, социокультурных и инфраструктурных объектов и явлений туристского региона, необходимых и используемых для удовлетворения потребностей населения в сфере туризма.

Исходя из представленного определения туристских ресурсов, очевидно, что их можно классифицировать

по отличительным признакам. В научных источниках множество различных классификаций туристских ресурсов .

Так коллектив авторов, под общей редакцией Воронковой Л.П. классифицирует туристские ресурсы по трем основаниям:

- 1) по степени использования туристами: непосредственные (историко-культурные, природные ресурсы, используемые самими туристами) и косвенные (социально-экономические);
- 2) по типу объектов: курортологические объекты, общеоздоровительные и рекреационные объекты, духовно-культурные объекты;
- 3) с функциональной точки зрения: оздоровительные, познавательные и спортивные.

Причем на их взгляд «...критериями включения тех или иных элементов в состав туристских ресурсов будут являться не только техническая возможность, но и экономическая целесообразность их использования и уровень их изученности» .

Несколько иной подход к классификации туристских ресурсов предлагает Крачило Н.П., который делит их всего на три группы: природные (водные ресурсы, климат, рельеф, минеральные источники и лечебные грязи, пещеры, животный и растительный мир, природные памятники и заповедники, уникальные природные объекты, живописные ландшафты, и др.); социально-экономические (транспортная доступность территории, экономико-географическое положение, уровень обеспечения обслуживания населения, трудовые ресурсы, уровень ее экономического развития, особенности населения, уровень развития транспортной сети); культурно-исторические (выставки, музеи, театры, исторические, археологические, архитектурные памятники, фольклор, этнографические особенности и т. д.) .

Амирханова М.М., Лукашина Н.С., Трунева А.П. классифицируют комплексные туристские ресурсы (ресурсы природно-территориальных туристских учреждений) на природно-континентальные и природно-аквальные, состоящие из природных (заповедники, долины рек), природно-антропогенных (парки, скверы, лесопарки, национальные парки) и уникальные (памятники природы) .

Людвиг Л.П. при классификации туристских ресурсов условно объединяет их в три группы: классификации по составу (по образующим факторам и элементам, функциональной пригодности), классификации по оценочным параметрам качества туристских ресурсов, классификации по характеристикам, не связанным с оценочными (качественными) показателями туристских ресурсов .

С учетом всего вышеизложенного классификация туристских ресурсов может быть представлена на рисунке 1.

#### Список использованной литературы

1. Амирханов, М.М. Природные рекреационные ресурсы, состояние окружающей среды и экономико-правовой статус прибрежных курортов // М.М. Амирханов, Н.С. Лукашина, А.П. Трунев. – М.: Экономика, 2017.
2. Археологические и исторические памятники. Чувашской АССР. Чебоксары — 1979.
3. Березин, И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., пер. и доп. / И.С. Березин. — Люберцы: Юрайт, 2017. — 383 с.
4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 570 с.
5. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. — М.: Форум, 2018. — 336 с.
6. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 4-е изд., перераб. и доп. / Е.П. Голубков. — М.: Финпресс, 2018. — 496 с.
7. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование / Е. А. Джанджугазова. - Москва : Academia, 2019. - 272 с.
8. Долженко Г.П. Экскурсионное дело. - М.: ИКЦ «МарТ», 2005. - 272 с.
9. Емельянов Б.В. Организация работы курсов по переподготовке и подготовке экскурсоводов. - М.: Турист, 1989. - 118 с.
10. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. - М.: Советский спорт, 2000. - 224 с.
11. Иванов В. П., Николаев В. В., Дмитриев В. Д. Чуваш: этническая история и традиционная культура. Чебоксары, 2000
12. Каден, Р.Д. Партизанские маркетинговые исследования / Р.Д. Каден; Пер. с англ. Ю.В. Рябикина. — М.: Эксмо, 2017. — 384 с.
13. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — М.:

Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 368 с.

14. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. — Люберцы: Юрайт, 2018. — 323 с.
15. Каримов Б. К. Особенности функционирования туристического комплекса в Чувашии (на примере туристического кластера Чебоксарского района) // ПАЁМНОМАИ ФАРХАНГ. – Душанбе. – 2014. – № 3(27) – С.89-95
16. Каршлыхский Александро-Невский чувашский мужской монастырь / В. А. Ивановский. – Чебоксары, 2018 – 108 с.
17. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2017. –320 с
18. Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – 2\_е изд. – М.: Финансы и статистика, 2017.
19. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования 3-е изд., пер. и доп. учебник для бакалавров / А.В. Коротков. — Люберцы: Юрайт, 2018. — 595 с.
20. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / А.В. Коротков. — М.: Юрайт, 2017. — 591 с.
21. Кулаев К.В. Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы. - М.: Турист, 2019. - 96 с.
22. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. — М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 192 с.
23. Ливинская О.А. Оценка аттрактивности культурно-исторического наследия как компонента культурных ландшафтов Псковской области // Псковский регионологический журнал. – 2018. – № 16
24. Людвиг, Л.П. Развитие регионального туризма на основе стратегии управления туристскими ресурсами. Дис.... канд.эконом.наук / Л.П. Людвиг. – Иркутск. – 2006.
25. Министерство физической культуры и спорта Чувашской Республики <https://sport.cap.ru/> 27.05.2022
26. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: Учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик... — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 200 с.
27. Мошняга, Е. В. Концепт «культурный туризм» в системе концептов международного туризма / Е. В. Мошняга // Знание. Понимание. Умение. - 2019. - № 3 - С. 173-178.
28. Мулендеева А.В., Никонорова И.В. Проектирование экологического каркаса Чебоксарского городского округа // Успехи современного естествознания – № 4, - 2016 –С. 162-167.
29. Просветов, Г.И. Маркетинговые исследования: Задачи и решения: Учебно-практическое пособие / Г.И. Просветов. — М.: Альфа-Пресс, 2018. — 240 с.
30. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с.
31. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — М.: Дашков и К, 2019. — 296 с.
32. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — М.: ИТК Дашков и К, 2019. — 296 с.
33. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — М.: ИТК Дашков и К, 2018. — 216 с.
34. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е.Н. Скляр. — М.: Дашков и К, 2018. — 216 с.
35. Социально-экономическая география: понятия и термины: словарь-справочник / отв. ред. А.П. Горкин. Смоленск: Ойкумена, 2013. 328 с.
36. Судас, Л.Г. Маркетинговые исследования в социальной сфере: Учебник / Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 272 с.
37. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов: Монография / Б.Е. Токарев... — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 272 с.
38. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев... — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 512 с.
39. Трифонова З.А. Города Чувашии: Книга-альбом / З.А.Трифопова. – Чебоксары: Чуваш. кн. изд-во, 2008. – 238 с
40. Трифонова З.А. и Трифонова М.М. «Оценка туристического потенциала территории Чувашской Республики // Вестник Воронежского гос. Ун-та. Серия: География, Геоэкология. – 2010. – 1. – С. 38-40
41. Туризм, гостеприимство, сервис: слов.\_справочник / под ред. Л.П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2022.
42. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / Д.В. Тюрин. — М.: Юрайт, 2018. — 342 с.

43. Ушаков, Д.С. Прикладной туropolерейтинг / Д. С. Ушаков. – М.:МарТ, 2019. – С. 36.
44. Шодоев, Н. А. Основы алтайской философии / Н. А. Шодоев. – Бийск, 2019. – 205 с.
45. Демина, С. А. Культурный туризм как одно из направлений региональной культурной политики и его роль в развитии общества [Электронный ресурс] / С. А. Демина // Политика, государство и право. – 2014 -№ 4. – Режим доступа: <http://politika.snauka.ru/2014/04/1480> (дата обращения: 29.04.2017).
46. Джайлоо-туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Джайлоо-туризм>.
47. Концепция развития сельского и экологического туризма в Чувашской Республике на 2015–2020 годы // <http://www.nbchr.ru/PDF/4.2.1.pdf>
48. Особо охраняемые природные территории Чувашской Республики <https://pandia.ru/text/80/213/2345.php> 27.05.2022
49. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чувашской Республике – <https://chuvash.gks.ru/trade>
50. Погорелова, Н.В. Туристский регион: понятие, границы, признаки / Н.В. Погорелова // Вестник поволжского государственного университета сервиса. Серия: экономика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18362167>. – 27.05.2022.
51. Ушакова, Е.О. Модель комплексной оценки туристских ресурсов региона / Е.О. Ушакова. – ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18075892>. – 27.05.2022.
52. Scrum. Революционный метод управления проектами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/makeright/blog/13163/scrum-revoluytsionnij-metod-upravleniya-proektami-kniga-za-15-minut>.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/265946>