

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->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Государственное и муниципальное управление (ГМУ)

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

1.1. Понятие и современное значение туристской деятельности

1.2. Особенности применения программно-целевого метода государственного регулирования в сфере туризма

1.3. Региональное развитие в сфере туризма в Российской Федерации на современном этапе

2. ОЦЕНКА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

2.1. Республика Саха (Якутия) как туристская дестинация

2.2. Анализ состояния туристской отрасли в Республике Саха (Якутия)

2.3. Проблемы государственного регулирования туристской отрасли в Республике Саха (Якутия)

3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

3.1. Направления развития программно-целевого метода государственного регулирования в сфере туризма в Республике Саха (Якутия)

3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий

3.3. Новизна

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Приложение А

Процесс эволюции туристских продуктов в мировой туристской индустрии

Приложение Б

Модель системы информационного обеспечения туризма в цифровой экономике

Приложение В

Мотивы туристов

Развитие сферы услуг и туризма в России в последние три года находится в противоречивых условиях, с одной стороны способствующих росту объёма продаж и формированию системы продвижения сервисных и туристических услуг: ряд международных мероприятий, проводимых на территории РФ, с другой находится под влиянием факторов в виде: международных конфликтов, неустойчивого курса валют, санкционного бремени.

Таким образом, деятельность по привлечению клиента является сложной составляющей деятельности современной турфирмы, именно поэтому разнообразие туристических кампаний, применяемых теми или иными фирмами, достаточно велико: каждая пытается быть запоминающей и оригинальной.

Развитие современной экономической системы происходит в том числе и благодаря небольшим фирмам, использующих высокие технологии. Однако рыночные туристские механизмы в России полностью пока не заработали. На сегодняшний день в России все еще отсутствует предпринимательский подход к туризму, установлен приоритет имитационных систем освоения тех или иных новшеств, что приводит к реализации сценария «догоняющего развития».

При переходе России на рыночные отношения в стране активно формировались предпосылки для развития малого бизнеса, возникали разнообразные формы собственности, менялась структура госсектора, создавалась рыночная инфраструктура.

Появление большого количества малых предприятий объективно образовало здоровую конкурентную среду, в которой эффективно могут существовать и функционировать хозяйствующие субъекты, задействованные в выпуске специфической продукции и предоставляющие эксклюзивные услуги. К числу важнейших проблем, испытываемых туристской индустрией, в первую очередь, необходимо отнести пандемию 2020 года и политический и экономический кризис 2022 года.

Помимо этого, необходимо выделить ряд сдерживающих развитие услуг гостеприимства и туризма факторов: девальвация валюты, в результате которой туристы предпочитают откладывать посещение

туристических центр на более благоприятный период; угроза вооружённых конфликтов, которая препятствует развитию выездного туризма; продолжающийся кризис, состояние «застоя» экономической ситуации в стране, отсутствие или крайне незначительные финансовые поступления от иностранных партнёров в силу снижения политической стабильности на мировой арене. Для удержания развития показателей въездного и внутреннего туризма необходимо повышать уровень сервиса на уровне международных стандартов, в этой связи становится приоритетной проблема повышения качества услуг гостиниц и средств размещения, как в столице, так и в регионах. До недавних пор многие россияне предпочитали отдыхать за границей, нежели чем на родине. Но пандемия, возникшая из-за распространения коронавирусной инфекции в 2020 году, дала огромный карт-бланш для развития внутреннего туризма. Поехав в 2020 и в 2021 году отдыхать в российские курорты и другие регионы, жители России зачастую отмечали несоответствие посредственного сервиса и высоких услуг на отдых. В данный момент туристская индустрия претерпевает трансформации, которые определяются последствиями мирового экономического кризиса и достаточно сложной политической ситуацией в мире. Российская Федерация не стала исключением во всемирном пространстве: снижение показателей доходности жителей страны, политические провокации, связанные с операцией на Украине и прочие условия, связанные с эпидемиологическими ограничениями привели к уменьшению туристической активности по отношению к выездному туризму.

Однако следует отметить, то, что данная тенденция, в свою очередь, привела к увеличению внутреннего туристического потока в период с 2020 по 2022 год: жители России все чаще стали выбирать рекреационные направления внутри страны, а не за рубежом.

Падение курса рубля весной 2022 года относительно наиболее ликвидных валют мира, привело отечественную туристическую индустрию к позиции одного из самых недорогих туристских направлений для иностранных посетителей.

Благодаря этому в России сформировались подходящие условия для формирования устойчивого внутреннего и въездного туризма, которые уже постепенно становятся весомыми источниками дохода для внутреннего бюджета страны в сложившейся сейчас непростой экономической обстановке. По этой причине в настоящее время туристическая индустрия требует особого внимания при управлении, разработке новых программ и осуществлении уже существующих.

Основные тенденции развития современного туристского рынка, выявленные на основе обобщения мирового опыта, подчеркивают усиление конкуренции и повышение требований потребителей.

Одной из макротенденций развития рынка туристических услуг является переход от массового стандартизированного конвейерного туризма к массовому дифференцированному обслуживанию.

Стабилизация спроса, с одной стороны, является гарантией надежности турбизнеса, с другой – затрудняет поиск странам собственной ниши на рынке услуг.

Рациональное и профессиональное использование программно-целевого метода в реализации государственной политики развития туризма в России будет способствовать развитию туристской индустрии, снижению социальной напряженности в обществе, обеспечению стабильно возрастающего притока средств в бюджеты всех уровней, обеспечению рабочими местами населения.

Цель выпускной квалификационной работы - совершенствование государственного управления в сфере туризма.

рассмотреть теоретические аспекты совершенствования государственного управления в сфере туризма; проанализировать государственное управление в сфере туризма (на примере Республики Саха Якутия); разработать программу совершенствования государственного управления в сфере туризма (на примере Республики Саха Якутия).

Теоретическими и методологическими основами написания выпускной квалификационной работы выступили модели организации туристской деятельности, структура и содержательные аспекты которых раскрыты в международных и национальных стандартах, а также в специализированной литературе.

Методы исследования. В процессе написания выпускной квалификационной работы применялись общенаучные и специальные методы: системный подход, сравнительный анализ и синтез, индукция и дедукция, приемы логического мышления, статистико-экономический метод, а также методы математического и графического анализа для систематизации и визуализации информации.

Информационной базой исследования выступили учебная и научная литература, монографии российских ученых, система нормативно-правовых актов Российской Федерации, Республики Саха (Якутия), материалы специальных периодических изданий, статистические данные Росстата.

Эмпирическую базу исследования составляют официальные документы, формирующие нормативно-

методическую базу туристской деятельности, и статистические данные.

Структура работы обусловлена поставленной целью и задачами и состоит из трех глав, включающих восемь параграфов, введения, заключения, списка литературы, приложения.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

1.1. Понятие и современное значение туристской деятельности

Путешествие и туризм – это два неразрывно связанных понятия, которые могут включать в себя: отдых, пассивное или активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, наука, лечение и другие. Таким образом, разновидностью путешествий и является туризм.

Как отмечает ученый в сфере туристического менеджмента Квартальнов В.А., туризм – это явление, с одной стороны, молодое, так как он стал массовым только после Второй мировой войны, и в начале XXI века превратился в мощное социально-экономическое и политическое явление, в значительной мере оказывающее влияние на мировое устройство и внешнюю политику государств и регионов, с другой – имеющее глубокие исторические корни, поскольку путешествия известны с древнейших времен.

Туризм – сложный межотраслевой комплекс, требующий системного подхода по регулированию социально-экономического взаимодействия многих отраслей хозяйства и на государственном, и на региональном уровнях [22, с. 143]. Туризм представляет собой временные выезды (путешествия) граждан одной страны, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания. Число зарегистрированных туристов, посетивших ту или иную местность, составляет туристический поток. Туристический поток характеризуется следующими показателями:

- общее количество путешественников;
- число дней пребывания;
- средняя продолжительность пребывания [62, с. 1213].

В ежегодно публикуемом United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Компендиуме статистики туризма насчитывается более 200 показателей, по которым заполняется статистическая отчетность туристских организаций. Эти показатели лежат в основе классификации видов туризма по таким классификационным основаниям как: виды прибытия, регионы прибытия, основные цели прибытия, виды транспорта, формы организации поездки, виды размещения, виды расходов, расходы на основную цель поездки (рис. 1). Так, по видам прибытия туристы классифицируются на:

□ посетителей, прибывающих с ночевкой – данная категория туристов может быть подразделена дальше по видам размещения туристов на:

□ гостевое размещение – размещение прибывающих туристов на ночь непосредственно в жилищах родственников, знакомых, друзей;

□ с ночевкой в гостиницах и аналогичных заведениях.

□ посетителей, убывающих в тот же день;

По видам прибытия туризм классифицируется на основании географической классификации мировых регионов. Также к этой группе относят неклассифицированные направления, в том числе включающие случаи, когда граждане одной страны постоянно проживают в границах другой страны.

По основным целям прибытия туризм классифицируется на 2 большие группы:

□ группу туристов, путешествующих с личными целями;

□ туристов, путешествующих с деловыми и профессиональными целями (деловой туризм).

Группа туристов, путешествующих с личными целями, подразделяется на:

□ путешествующих с целью посещения праздников, организации отдыха, досуга;

□ другими личными целями.

В приведенной на рисунке 1 классификации вид размещения туристов вынесен как отдельное классификационное основание, поскольку он может участвовать в классификации не только посетителей, прибывающих с ночевкой, но и в классификации туризма по другим признакам.

Данная группа может классифицироваться далее на большое количество подгрупп, зависящих от цели поездки. Здесь традиционно выделяют:

□ этнический туризм – туризм, связанный с посещением регионов проживания определенных этносов, народов (как правило, отдаленных либо находящихся в другой стране). Как правило, бывает связан либо с посещением так называемой «малой родины» с целью свиданий с родными и близкими, либо с познавательными целями, обусловленными интересом человека к условиям жизни различных народов мира;

□ спортивный туризм – туризм, связанный с посещением спортивных соревнований либо участия в них, поддержки команд;

□ религиозный туризм – представляет собой путешествие с целью исполнения предписанных догмами религии религиозных процедур, миссий, посещения святых мест;

□ приключенческий туризм – туризм, нацеленный на физически подготовленных людей, имеющих склонность к экстриму. Может включать как туризм с целью исполнения различных квестов, так и экстремальных видов развлечений, в том числе с незапланированными приключениями (сплав по горным рекам, прыжки с парашютом, в том числе с различных высотных объектов, охотничий туризм, путешествие в незаселенные или слабозаселенные районы мира и т. д.). Как правило, такие виды туризма связаны не только с физическими нагрузками, но и с опасностью для жизни. Поэтому их организация должна быть сопряжена со специальной подготовкой туристов и сопровождающих группы, а также снабжением их всеми возможными средствами безопасности.

□ социальный туризм – туризм с целью участия в планируемых общественных мероприятиях (митинги, демонстрации, публичные выступления, марши);

□ экологический туризм – путешествия с целью пополнения своих знаний об окружающих природных объектах, сопряженные с заботой об окружающей среде;

□ сельский (зеленый, агротуризм) туризм – путешествие с целью познания быта, отдыха, местной культуры сельских жителей. Как правило, сопряжено с отсутствием привычных для человека средств комфорта, а при длительном пребывании – с необходимостью осуществления трудовой деятельности, осуществляемой сельскими жителями данной местности. Одна из разновидностей сельского туризма – так называемый «зеленый» туризм – выезд на природу на выходные дни. Часто используется городскими жителями для отдыха с семьей и друзьями в выходные и праздники в основном в теплое время года;

□ военный (военно-патриотический, военно-спортивный, военно-исторический) туризм – это вид туризма, связанный «с различными продуктами и услугами, которые касаются военной тематики, в прошлом и настоящем» [9, с. 60]. Различают следующие виды военного туризма:

□ военно-патриотический туризм – путешествие с целью пополнения своих знаний в области военных подвигов родной страны (края, населенного пункта), патриотического воспитания молодежи;

□ военно-исторический (военно-мемориальный) туризм – подвид военно-патриотического туризма, связанный с посещением «мест военных сражений, памятных мемориалов, музеев истории и краеведения, упрочения единства и дружбы народов и патриотического воспитания граждан» [22, с. 85];

□ военно-спортивный туризм – туризм, связанный с участием в ставших сейчас популярными соревнованиях военной техники (например, танковый биатлон);

□ учебный (образовательный) туризм – туризм с целью получения знаний, образования, квалификации. Помимо перечисленных, выделяют также развлекательный и другие виды туризма.

Обе рассмотренные большие группы туризма – путешествующих с личными и деловыми целями – также могут быть классифицированы как по видам размещения, так и по форме организации поездки и по расходам на основную цель поездки.

По форме организации поездки различают:

□ комплексные туры – иначе называют организованными турами, что подразумевает заранее согласованную программу поездки с заранее оплаченными этапами поездки и проводимыми в ее рамках мероприятиями, заранее оформленными документами;

□ остальные (неорганизованные) формы поездки – предполагается, что туристы сами планируют свою поездку, организуя при необходимости бронирование номеров в отелях, приобретение билетов, формирование маршрута поездки и т. д.

По расходам на основную цель поездки туризм классифицируют:

□ на туризм, оплачиваемый при помощи средств из личного бюджета путешествующих граждан или бюджета их семей;

□ на туризм, оплачиваемый при помощи субъектов предпринимательской деятельности, отправляющих своих представителей в поездки с деловыми целями.

Примечательно, что в случае индивидуальных предпринимателей, не имеющих наемных работников, оба эти направления расходов применимы, если индивидуальный предприниматель отправляется в поездку с деловыми целями. Объясняется это тем, что в отношении этой группы лиц расходы не подразделяются на личные и частные. Кроме того, расходы, которые несет турист могут быть подразделены на туристические и транспортные. Транспортные расходы включают в себя оплату всех видов перемещений туриста при помощи используемых им видов транспорта. Вторые – все остальные расходы, которые несет турист во

время путешествия (например, оплату проживания, питания, посещение запланированных мест, являющихся целью туризма).

Как было сказано выше, туризм определяется множеством вариантов, каждый подход (экономический, географический, социальный, промышленный и др.) является индивидуальным и трактует ее по-своему. И наиболее подходящим определением, который учитывает все подходы, характеризует туризм, как сложный социально-культурных феномен современности, где множество различных наук охватывают и определяют его различные аспекты.

Для того, чтобы проанализировать такой феномен, как туризм, необходимым является определение его места и значения в экономике исследуемой страны. Ко всему прочему, объектом анализа будет являться весь комплекс социально-экономической активности туризма [17, 42]. Многие авторы согласятся с тем, что туризм, как наука не имеет универсального и единого названия, повсеместно принятого в научных и академических кругах в России и за рубежом, в силу своей длительной истории и социально-экономической развитости. Понятие «туризм» до сих пор трактуется по-разному практических во всех туристических организациях, учебных заведениях и отдельными экспертами. Ко всему прочему, туристическая терминология подвергается существенным изменениям соответственно развитию самого туризма, его секторов, видов, нововведенных технологий, появлению и распространению инновационных туристических реалий.

Внутренний туризм играет большую роль в жизни всего общества. Современные внутренние туристические продукты нельзя представить изолированным или обособленным, а также развивающимся и функционирующим отдельно от региональной экономики. Процесс эволюции туристских продуктов в мировой туристской индустрии приведен в приложении А.

За счет такого взаимодействия возникает комплекс внутреннего туризма. Итак, внутренним туризмом принято считать функциональную многоотраслевую систему, где происходит взаимодействие туризма с сопряженными отраслями экономики, которые занимаются производством туристических продуктов, товаров и услуг, а также их реализацией. Влиянию внутреннего туризма также подвержены такие макроэкономические показатели, как ЧНП (чистый национальный доход), НД (национальный доход), ЛП (личный доход) и сбережения граждан, инвестиции и др.

Внутренний туризм прямо или косвенно затрагивает практически все отрасли региональной экономики, поэтому современной статистике чрезвычайно сложно вычлнить туристическую составляющую и провести четкую границу туристического сектора. Доля туризма в ВВП европейских стран равна 8%, в США она равна около 1% и в России всего лишь 0,5%.

Следует отметить, что представленная классификация туризма не является исчерпывающей. Напротив, можно утверждать, что в мире может существовать большое количество классификационных оснований, при помощи которых можно описать все многообразие туризма. Это обусловлено, во-первых, уже описанным выше разнообразием мировых регионов со своим укладом жизни, экономики, а также существующими у людей потребностями в познании новой информации, которая может быть предоставлена им теми или иными регионами мира. Как следствие, можно говорить о том, что туризм принимает активное участие в глобальной экономике.

Целью туризма является рациональная организация свободного времени потребителя. Соответственно этому развитие туризма может быть обусловлен наличием двух основных моментов: свободного времени и финансовых средств для его рациональной организации. Благоприятные факторы продвигают конкретные регионы, а негативные снижают уровень спроса. Эти условия формируются в различных областях, таких как особенности политической обстановки, законодательно-правовая база, социально-экономическая ситуацией на региональном и мировом уровнях.

1.2. Особенности применения программно-целевого метода государственного регулирования в сфере туризма

В России действует вторая модель государственного регулирования рынка туристских услуг, которая характеризуется наличием комбинированного министерства и отраслей непродуцированной сферы.

Туристская привлекательность – это оценка потенциальными туристами возможности региона удовлетворить их потребности.

Туризм как одна из самых динамично развивающихся сфер рынка потребительских услуг, нуждается в рекламном продвижении.

Современный туризм, где борьба за привлечение потенциальных клиентов идет на различных уровнях (между отдельными странами, гостиницами, городами, туристическими агентствами), где постоянно растет конкуренция и увеличивается предложение, без рекламы существовать не может и нуждается в

маркетинговой стратегии продвижения.

Реклама в данном случае является самым действенным способом для туристического предприятия донести информацию до своей целевой аудитории, скорректировать ее поведение, создать положительный образ и имидж своего продукта. Модель системы информационного обеспечения туризма в цифровой экономике приведена в приложении Б.

Туристическая сфера является одной из крупнейших рекламодателей – туристические агентства, фирмы, операторы расходуют немалую часть доходов от своей деятельности на рекламу.

Для сотрудников, работающих в отрасли, необходимо разработать справедливую систему заработной платы с учетом получаемых доходов, которые должны стать мотивацией труда.

В исследованиях А.О. Борисовой одним из главных элементов моделей развития туризма в регионе являются политико-управленческие факторы.

«Как правило, основой туристического развития выступает государственно-частное партнерство, поэтому для достижения наилучших результатов нужен тесный контакт между представителями власти и туристического бизнеса» [3, с. 26].

Республика Саха славится сочетанием различных видов туризма на ее территории. Хотелось бы рассмотреть самые популярные виды туризма, к ним относятся следующие:

1) Деловой туризм.

Проведение деловых переговоров и встреч, а также участие в деловых, научных, научно-практических и других мероприятиях, все это относится к деловому туризму.

2) Культурно-познавательный туризм.

Посещение музеев, памятников культуры, различные экскурсии по территории региона содержит в себе культурно-познавательный туризм.

Областной центр располагает высоким культурно- историческим, экономическим, научным потенциалом, имеет достаточно развитую транспортную инфраструктуру, а также объекты инфраструктуры, вызывающие особый интерес у туристов [4, с. 78].

Для усовершенствования данного вида туризма необходимо провести модернизацию существующих туристских объектов в соответствии с современными требованиями туристов. Также немаловажным фактором является разработка туристических маршрутов, путем включения в них территории, которые на данный момент не являются популярными среди туристов.

3) Активный туризм.

Активный туризм славится уникальными природными особенностями региона, в том числе это различные памятники природы и горнолыжные комплексы. Чтобы продвигать активный туризм в регионе, необходимо увеличить объем номерного фонда на горнолыжных курортах, так как с каждым годом число туристов, предпочитающий данный вид отдыха растет. Также ужесточение контрольно-надзорной деятельности в отношении безопасного катания на склоне и вне трасс.

Стоит отметить, что в Московской области продолжается работа по развитию инклюзивного туризма. В настоящее время разрабатывается каталог туристских маршрутов на русском и английском языках, с рельефно-точечным шрифтом (шрифт Брайля) и методических рекомендаций по организации инклюзивных маршрутов [5, с. 51].

4) Лечебно-оздоровительный туризм.

С целью укрепления здоровья туристам предлагается прохождение различных лечебно-оздоровительных процедур в санаториях, лечебно-оздоровительных комплексах. В настоящее время многие лечебно-оздоровительные комплексы нуждаются в реновации. Реновация зданий, создание комфортных условий для проживающих, обеспечит приток туристов.

В добавлении к вышесказанному стоит отметить, что в связи со сложившейся ситуацией во всем мире, туристическая отрасль серьезно пострадала. Как никогда сейчас было бы актуально развивать и продвигать виртуальный туризм.

Политика государства в правовом регулировании туристической сферы направлена, главным образом, на защиту интересов граждан. Существует несколько способов осуществления данных работ. Среди них выделяют обязывание, запрещение и дозволение. Также используются разные юридические инструменты, например, правовые нормы, нормы судебного права, юридические обязанности и ответственность, правовые ограничения и поощрения.

Нормативно-правовое регулирование услуг в сфере туристской деятельности в Российской Федерации основывается на следующих нормативно-правовых актах:

– Конституция Российской Федерации;

- Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ);
- Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации»;
- Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;
- Постановление Правительства РФ от 1 октября 1998 г. № 1142 «О реализации отдельных норм Федерального закона О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»;
- Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»;
- Постановление Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»;
- Приказ ГАК РФ от 20 мая 1998 г. № 160 «О некоторых вопросах, связанных с применением Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»;
- Приказ Минтранса РФ от 28 июня 2007 г. № 82 «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей».
- Положение о Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации, утвержденное постановлением Правительства РФ от 11 сентября 2020 г. № 1398.

Основополагающим нормативно-правовым актом, регламентирующим туристическую отрасль, является Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации [26].

К примеру, гостиничное предприятие представляет собой комплекс услуг, позволяющих отдохнуть, забыв о внешнем мире.

Целью гостиничного предприятия является получение прибыли, которая будет использоваться предприятием для развития собственной деятельности, а источником поступления денежных средств в гостиницах является клиент. По этой причине гостиничные предприятия нередко используют весь спектр маркетинговых инструментов для того, чтобы привлечь клиентов и стимулировать увеличение их расходов, предлагая приобрести как можно большее количество дополнительных услуг.

Умиротворенная атмосфера, качественное обслуживание, прекрасные блюда - является частью стратегии маркетинга, позволяющая постояльцам гостиницы ознакомиться с ней.

Гостиницы часто проводят модернизацию с целью привлечения гостей и повышения эффективности работы персонала, что позволяет повышать качество гостиничных услуги сокращать время обслуживания гостей. В современных условиях гостям предлагаются услуги на современном уровне: более удобная мебель, высокий технологический уровень, которые казались немыслимыми 10 лет назад, оформление всего комплекса - это тоже стратегия.

Ни одно предприятие индустрии гостеприимства, желающее удержаться на рынке, не развивается случайным образом. Необходимой предпосылкой успешной работы является определение направлений бизнеса, в которых предприятие осуществляет свою деловую активность, и формулирование стратегических целей развития, а также ориентация трудового коллектива предприятия на достижение поставленных задач.

Бизнес в индустрии туризма и гостеприимства в условиях жесткой конкуренции напрямую зависит от количества клиентов, их расходов на предоставленные услуги, от степени их удовлетворенности и конечно же от того, смогут ли предприятия удержать клиента, сделав его постоянным потребителем. Развитие персонала в индустрии туризма и гостеприимства является ключевым элементом, который способен позволить бизнесу успешно функционировать в современных кризисных условиях, стремиться к максимизации прибыли предприятия.

Гостиничный бизнес относится к предпринимательским типам работы и, несомненно, имеет целью получение выгоды, рост цен и популярности. А возможно это лишь с помощью стратегии, ориентированной на предоставление высококачественных и к тому же исключительных услуг для посетителей. Поэтому нужно и особенно важно улучшать гостиничное хозяйство посредством реконструкции.

В первую очередь в постоянном контроле и обновлении нуждаются бытовые коммуникации, которые являются очень важной составляющей для комфортного проживания. Электричество, водоснабжение и отопление - базовые элементы благоустройства. Нельзя переоценивать уровень технической оснащенности,

который обеспечивает комфорт и удобство для проживающих. Важную роль играет система кондиционирования и вентиляции воздуха.

При всем этом поток посетителей повышают дополнительные услуги, бонусные программы, такие как питание, включенное в стоимость проживания, комплекс особого медицинского обслуживания и диетического кормления. Огромную роль для эффективной работы отеля имеет наличие сауны, бассейна, конференц-зала, игровой комнаты, тренажерного зала, личного автотранспорта для трансфера постояльцев отеля.

В современных условиях гостиницам нужно стремиться к тому, чтобы все номера были заполнены, причем не в определенный сезон, а в течение всего года. А эта цель может быть легко достигнута с повышением качества размещения, с расширением спектра услуг и приобретением высококвалифицированного персонала, который может удовлетворить всевозможные потребности самого взыскательного постояльца. Стоимость номера может быть высока, только если отель предоставляет все вероятные виды обслуживания, отличается наивысшим качеством размещения и постоянным потоком посетителей.

Гостиничный продукт представляет собой результат взаимодействия клиента и гостиничного бизнеса.

Главная цель гостиничного продукта - удовлетворить потребности клиента, следовательно, вся деятельность гостиничного персонала «направлена на создание такого гостиничного продукта, который в первую очередь учитывал бы потребности конкретного сегмента клиентов, удовлетворяя их потребности, а также соответствовал направлению развития отеля» [2, С. 210].

Гостиничный продукт характеризуется следующими показателями, изменчивость, неразрывность, неосвязаемость, а также неспособность к хранению.

Система органов управления туристской деятельностью на государственном и муниципальном уровнях представлена на рисунке 1.

Как видно на рисунке 2, можно перечислить 4 уровня управления туристской деятельностью:

- органы государственной власти;
- органы государственной власти субъектов Российской Федерации;
- органы местного самоуправления;
- общественные организации.

Государственное регулирование туристской деятельности в России осуществляется уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти [16].

Главный орган, регулирующий туристическую сферу, – Федеральное агентство по туризму РФ. Работа агентства контролируется Министерством экономического развития Российской Федерации. Также в работе задействованы Министерство внутренних дел, Министерство иностранных дел, Федеральная миграционная служба, Федеральная служба безопасности и другие организации.

1.3. Региональное развитие в сфере туризма в Российской Федерации на современном этапе

В 2020 году в России из-за пандемии коронавируса как никогда популярным стал внутренний туризм.

В Сочи и Калининграде наблюдается взрывной рост числа туристов из других регионов, но Свердловская область не воспользовалась уникальным шансом, как считают эксперты, на рост этой сферы экономики, так как в последние 10 лет формирование инфраструктуры — сети гостиниц, туалетов, троп, мусорных баков — было фактически заброшено властями. Зато увеличилось число "диких" туристов, отправляющихся на сплавы и в походы, что может сильно повредить природе как раз из-за отсутствия инфраструктуры.

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 01.07.2020 N 11-ФКЗ) [Текст] // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, N 31, ст. 4398.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) [Текст] / Собрание законодательства РФ, 05.12.1994, № 32, ст. 3301.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018) [Текст] / Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410.

4. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Текст]: (в редакции Федерального закона от 5 февраля 2007 г. №12-ФЗ).

5. Федеральный Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» [Текст]: (в редакции Федерального закона от 20 мая 2009 г. №12-ФЗ).

6. Постановление Правительства РФ от 1 октября 1998 г. № 1142 [Текст] / «О реализации отдельных норм Федерального закона «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию».

7. Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. № 452 [Текст] / «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».
8. Постановление Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490 [Текст] / «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
9. Приказ ГАК РФ от 20 мая 1998 г. № 160 [Текст] / «О некоторых вопросах, связанных с применением Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей».
10. Указ главы Республики Саха Якутия О государственной программе Республики Саха (Якутия) «Развитие предпринимательства и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2020 – 2024 годы»
11. Постановление Правительства Республики Саха Якутия от 15 сентября 2021 г N 357 О «О государственной программе Республики Саха (Якутия) «Развитие предпринимательства и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2020 — 2024 годы» (с изменениями и дополнениями от 06.06.2022г.)
12. Приказ Министерства предпринимательства, торговли и туризма Республики Саха (Якутия) от 15.01.2020 № П-06/од «Об утверждении Плана мероприятий к государственной программе Республики Саха (Якутия) «Развитие предпринимательства и туризма в Республике Саха (Якутия) на 2020-2024 годы»
13. Приказ Минтранса РФ от 28 июня 2007 г. № 82 [Текст] / «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей».
14. Положение о Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации, утвержденное постановлением Правительства РФ от 11 сентября 2020 г. № 1398 [Текст].
15. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги [Текст]: Средства размещения. Общие требования. Утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11 ноября 2014 г. № 1542-ст.
16. Александрова, А. Ю. Туризм и культурное наследие//Межвузовский сборник научных трудов/под редакцией: Д. Е. Луконина, Т. В. Черевичко. Саратов [Текст]: Изд-во Саратовского университета, 2018. С. 10 - 18.
17. Андреева, А.Ю. Новые технологии интенсивного развития туристической индустрии. -М. [Текст]: ЮРГУ, 2019. -С. 15.
18. Брашнов, Д. Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнов. - М. [Текст]: Альфа-М, Инфра-М, 2016. - 224 с.
19. Быстров, С. А. Туризм. Макроэкономика и микроэкономика / С.А. Быстров, М.Г. Воронцова. - М. [Текст]: Герда, 2017. - 464 с.
20. Веткин, В. А. Технология создания турпродукта. Пакетные туры. Учебно-методическое пособие [Текст] / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 240 с.
21. Визгалов Д. В. Маркетинг города / Д. В. Визгалов. - М. [Текст]: Фонд «Институт экономики города», 2008. - 110 с.
22. Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности – М. [Текст]: Финансы и статистика, 2003 с.112-134.
23. Гуляев, В. Г. Туризм. Экономика, управление, устойчивое развитие [Текст] / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов. – М.: Советский спорт, 2018. – 280 с.
24. Гвоздев Н. И. Информационное обеспечение стратегического планирования и управления. / Н. И. Гвоздев, В. В. Примаков // Информационные технологии в науке, управлении, в социальной сфере и медицине. Сборник научных трудов Международной научной конференции. – Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2015. – С. 78–80.
25. Голикова Е. С. Военно-исторический туризм: динамика туристского потока в Севастопольском регионе / Е. С. Голикова // Студенческая наука: современные реалии : Сборник материалов II Международной студенческой научно-практической конференции, 2018. – С. 84–87.
26. Грязнова В. П. Понятие и глобальные проблемы современной мировой экономики / В. П. Грязнова // Проблемы современной экономики (Новосибирск), 2017. – № 29. – С. 22–26.
27. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики [Текст] // Манн, Иванов и Фербер. – 2013. – 336 с.
28. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме. - М. [Текст]: ООО «Новое знание», – 2014 – с.20.
29. Ежегодный отчет UNWTO за 2020 г. URL [Электронный ресурс]: <http://media.unwto.org/ru/annual-reports>.
30. Манько Н.П. Психология организации туристской деятельности: Монография. Под редакцией Манько Н.П. / В.Г. Гуляев, В.В. Ионов, В.М. Ищенко, Т.М. Краснянская, Н.П. Манько, Т.В. Рассохина, А.С. Соколов, В.Г. Тылец. – М.: Русайнс, 2020. – 90с.
31. Манько Н.П., Соколов А.С. и др. Методологические, организационные и правовые аспекты обеспечения

безопасности туризма. М., 2019.

32. Мельников С. А. Охотничье-рыболовный туризм. проблемы и перспективы: в сборнике: Проблемы и перспективы развития кооперации и интеграции в современной экономике Сборник статей Международной научно-практической конференции. Саратов, 2019. – 138-140 с.
33. Панова, А. В. Статистика туризма. Учебное пособие [Текст] / А.В. Панова. - М.: ИНФРА-М, 2016. – 248.
34. Папирян, Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. [Текст] – с.27 2016.
35. Покровский, Н. Е. Туризм. От социальной теории к практике управления / Н.Е. Покровский, Т.И. Черняева. - М. [Текст]: Логос, 2018. - 477 с.
36. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. Учебное пособие / С.А. Севастьянова. - М. [Текст]: КноРус, 2016. – 256 с.
37. Стригунова, Д. П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса. Учебное пособие / Д.П. Стригунова. - М. [Текст]: КноРус, 2016. – 228 с.
38. Тлеубердинова А. Оценка конкурентоспособности туристских услуг [Текст] // Маркетинг. – 2015. – №6. – С.69-76.
39. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство / Дж.Р. Уокер. - М. [Текст]: Юнити-Дана, 2019. – 736 с.
40. Ушаков, Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д.С. Ушаков. - М. [Текст]: Феникс, 2017. – 288 с.
41. Чернуха Д.С. Инновации и туризм: зарубежный опыт / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях. 2018. [Электронный ресурс]: / URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069>.
42. Чудновский, А. Д. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, А.В. Кормишова. - М. [Текст]: КноРус, 2019. - 480 с.
43. Шанаурина, Ю.В. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе. Учебное пособие / Шанаурина Юлия Викторовна. - М. [Текст]: Флинта, 2015. - 487 с.
44. Fennell, D. Tourism Ethics and Ecotourism Programme Planning. CABI Pub., [Text]: 2017. – 275 с.
45. Medlik, S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. 2018. [Electronic resource] / URL: <https://ael.af/wp-content/uploads/2017/09/Dictionary-of-Travel.-Tourism-Hospitality.pdf>
46. Розничная торговля, услуги населению, туризм: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/# (дата обращения: 16.11.2022).
47. Статистические данные по субъектам РФ – Ростуризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2015-god> (дата обращения: 16.11.2022).
48. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>(дата обращения: 16.11.2022).
49. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]: ВОЗ. М: WHO.INT, 2002 – 2020. Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 16.11.2022).
50. Карта коронавируса [Электронный ресурс]: CORONAVIRUS. М: CORONAVIRUS-MONITOR.RU, 2019 – 2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://coronavirus-monitor.ru/> (дата обращения: 16.11.2022).
51. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]: Кноема. М: КНОЕМА.RU, 2007 – 2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 16.11.2022).
52. Новости [Электронный ресурс]: BBC. М: BBC.COM, 2002 – 2020. Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <https://www.bbc.com/> (дата обращения: 16.11.2022).
53. «Вестник РМАТ»http://www.rmat.ru/ru/about_vestnik_podshivka (дата обращения: 16.11.2022).
54. «Вокруг Света»<http://www.vokrugsveta.ru/vs/> (дата обращения: 16.11.2022).
55. «Вопросы государственного и муниципального управления»<http://vgmu.hse.ru/> (дата обращения: 16.11.2022).
56. «Вопросы статистики»<http://www.statbook.ru/> (дата обращения: 16.11.2022).
57. «Современные проблемы сервиса и туризма»<http://spst-journal.org/> (дата обращения: 16.11.2022).
58. «Турбизнес»<http://www.tourbus.ru/archive/> (дата обращения: 16.11.2022).
59. «ТурИнфо»<http://tourinfo.ru/archiv> (дата обращения: 16.11.2022).
60. Отчет Правительства Республики Саха (Якутия) за 2021 год <https://otchet2021.sakha.gov.ru/> (дата обращения: 16.11.2022).

61. Статистические данные <https://sakha.gks.ru/>

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->

5D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8