

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/251864>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Туризм (другое)

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Теоретические основы разработки инновационного туристского продукта.....	5
1.1 Основные понятия и классификация культурно-познавательного туризма.....	6
1.2 Технологии разработки инновационного туристского продукта.....	13
1.3 Анализ предложения туроператоров России по инновационным продуктам в туризме.....	16
2 Разработка и продвижение инновационного продукта: квест-туризм в г. Сочи.....	36
2.1 Общая характеристика деятельности турфирмы ООО «Ривьера-Сочи».....	37
2.2 Разработка нового туристского продукта с элементами квеста.....	43
2.3 Продвижение инновационной турпрограммы на туристском рынке.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ А Наиболее популярные квест-экскурсии г. Сочи.....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Описание и характеристика объектов размещения турпрограммы.....	85

## ВВЕДЕНИЕ

Под инновациями в туризме понимают разнообразные организационно-управленческие решения, которые в результате целенаправленных изменений производятся на разных уровнях туристской индустрии. К ним относятся юридическое сопровождение туристских проектов, возможность формирования и управления неизвестными ранее или малоизвестными видами туризма, апробация инновационных туристских продуктов и услуг, информационно-медийное сопровождение туристической деятельности, в том числе с помощью современных технологий. Главная работа по развитию инноваций в туризме ориентирована на обеспечение высокой конкурентоспособной компетенции организаций в сфере туризма, существенное повышение уровня сервиса в этой сфере. Стоит отметить, что в туризме, как и в любой другой современной отрасли, существует особый рынок инноваций, который является частью общего рынка туризма. Инновационный рынок формируется в условиях неопределенности, что вытекает из самой природы инновационного процесса, и его формирование следует рассматривать в связи с развитием предпринимательства в сфере туризма. С рынком инноваций связаны спрос и предложение инноваций, шкала цен, покрытие спроса набором инноваций и т. д. уровень жизни улучшается. Актуальность данного исследования заключается в том, что инновации в сфере туризма могут применяться как способ или технология формирования дополнительных видов туристских услуг, использования новых, более совершенных технологий при реализации существующих процессов. Одним из интересных видов инноваций является предложение и разработка новых туристических продуктов, особенно это касается бурно развивающейся в последнее время технологии квестирования туристического продукта. Туризм как одна из отраслевых специализаций любой экономики формируется как наличием уникального набора туристских ресурсов, так и факторами наиболее эффективного использования потенциала той или

иной территории. Важно при этом обеспечить сохранение экологического и культурного богатства и традиций той ли иной территории.

Первая глава данной дипломной работы посвящена теоретическим основы разработки инновационной деятельности в туризм и основным технологиям разработки туристского продукта. Рассмотрены понятие, сущность и структура инновационного туристского продукта, технология его разработки инновационного туристского продукта. Проанализированы уникальные предложения туроператоров России по инновационным продуктам в туризме. Во второй главе осуществлены разработка инновационного турпродукта (квест-туризм) и предложены пути его. Для этой цели рассмотрена деятельность турфирмы ООО «Ривьера-Сочи», разработан новый инновационный туристский продукт с элементами квеста, а также предложены пути продвижения инновационной турпрограммы на туристском рынке.

Степень разработанности проблемы. В процессе нашей работы исследованы монографии отечественных и зарубежных ученых и практиков по рассматриваемой проблеме, например: специалисты по организации туристической деятельности Михаил Борисович Биржаков, Иван Иванович Бутко, Олег Самуилович Виханский, Оксана Юрьевна Грачева, Екатерина Николаевна Ильина, авторы по экономике туризма Николай Иванович Кабушкин, Филипп Котлер, Людмила Лазаревна Руденко, Денис Сергеевич Ушаков и многие другие.

В работах перечисленных авторов исследуются: концептуальные основы реализации сферы туризма; методы, формы и технологии туристической деятельности; стремление к поиску новых ниш ее развития; проблемные моменты менеджмента и маркетинга в туристической отрасли; повышение инновационной и инвестиционной привлекательности в туристическом бизнесе; новые направления расширения рынка туристических услуг.

Цель исследования: разработка инновационного туристического продукта.

Объект исследования: инновации в сфере туризма.

Предмет исследования: квест-туризм, как разновидность инновационной деятельности в туризме.

Задачи исследования:

- рассмотреть понятие, сущность и структуру туристического продукта;
- исследовать инновации в туризме;
- изучить современные виды и направления туристических инноваций;
- разработать программу квест-туристического маршрута для ООО «Ривьера-Сочи»;
- рассмотреть основные методы продвижения турпродукта.

Методы исследования:

- теоретические: научное описание, анализ теоретических источников, синтез, обобщение, классификация и сравнение;
- эмпирические: SWOT-анализ;
- статистические: качественный и количественный анализ полученных результатов исследования.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы из 54 источников, 2 приложений.

## 1 Теоретические основы разработки инновационного туристского продукта

Первая глава данной дипломной работы посвящена теоретическим основы разработки инновационной деятельности в туризм и основным технологиям разработки туристского продукта. Рассмотрены понятие, сущность и структура инновационного туристского продукта, технология его разработки инновационного туристского продукта. Проанализированы уникальные предложения туроператоров России по инновационным продуктам в туризме.

Несмотря на обширный туристический потенциал, имеющиеся туристические ресурсы в нашей стране используются недостаточно эффективно.

Причин этому много, но одной из них является тот факт, что, несмотря на многообразие предлагаемых туров, важно, чтобы предлагаемый тур содержал в себе некую особенность, своеобразную «изюминку» и нашел своего покупателя на любой вкус и «кошелек».

Именно в этом и состоит особая актуальность темы курсовой работы – разработать и предложить такой тур, который нашел бы «своего» покупателя на современном туристском рынке въездного туризма Российской Федерации, стал популярным и узнаваемым.

В этом и состоит сложность создания нового туристского продукта, особенно инновационного. Многие туристы предпочитают известные, апробированные туристические маршруты, туристические идеи и их

реализацию.

В первой главе мы попытаемся представить широкий спектр предложений на рынке инновационного туризма России.

### 1.1 Инновационная деятельность в туризме: понятие, сущность, структура

Инновационная деятельность в целом и инновации в частности, как правило, считаются направлением высокотехнологичной составляющей научно-технического прогресса двояко. Во-первых, как процесс, связанный с внедрением результатов научных исследований и разработок в практику. Во-вторых, как определенный технический или технологический продукт или услугу, который необходимо разработать и внедрить [1, с. 201].

Вместе с тем, в современном инновационном дискурсе содержание термина «инновация» трактуется очень широко. Сфера инноваций обширна, включает не только прикладное применение созданных научно-технических и научно-технологических разработок и изобретений, но рассматривает как полноценные феномены и такие области применения инноваций, как продукты, услуги и процессы в разных сферах жизни, в том числе гуманитарной, а также в маркетинге, организациях и институтах. Инновация выступает как явный фактор изменения любой деятельности, преобразованный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей [2, с. 28].

Термин «инновация» (от англ. «innovation» - новшества) подразумевает качественные изменения в производственных, коммерческих, социальных и гуманитарных процессах. Несмотря на то, что понятие «инновация» широко используется и существует множество его определений, до настоящего времени нет общепринятого. Авторы, большая часть которых представляет зарубежную науку (американские экономисты Питер Друкер, Йозеф Шумпетер и Майкл Портер, теоретик по управлению И. Перлаки, исследователь по туризму Николай Мончев и другие), определяют его в корреляции от объекта и предмета изучения, рассматривая и как результат, и как процесс.

В современном словаре иностранных слов под инновацией понимается «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности или в новом подходе к социальным услугам» [3, с. 12].

Как мы уже отмечали, термин инновация можно понимать еще шире. В оксфордском толковом словаре понятие «инновация» трактуется с функциональной точки зрения. Там мы читаем: инновация – это «любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего новатор или его компания получают преимущество перед конкурентами» [3, с. 12].

В современном понимании термин «инновация», по Йозефу Шумпетеру, обозначает «существенное изменение функции выработки, заключающееся в новом соединении и коммерциализации всех новых комбинаций, основанных на использовании новых материалов и компонентов, внедрении новых процессов, открытии новых рынков, внедрении новых организационных форм» [3, с. 12].

Сами инновации могут дифференцироваться по разным основаниям: по области употребления, характеру распространения и по основному критерию. По области употребления инновации подразделяются на научно-технические, организационно-экономические, социально-культурные и государственно-правовые. По характеру распространения различают глобальные, национальные, региональные, отраслевые и локальные инновации. По основному критерию они могут быть эволюционными и радикальными [3, с. 30]. Среди основных функций инноваций на основании анализа имеющейся литературы мы выделили следующие:

- включение в производство новых технологий и производительных сил, способствующих эффективности производства и сокращению издержек;
- улучшение уровня жизни каждого человека и общества в целом за счет разнообразия и качества производимой продукции и услуг, удовлетворения потребностей населения;
- содействие в приведении в соответствие структуры производства с возникшими структурами потребностей, а также в поддержании баланса между спросом и предложением, между производством и потреблением;
- в итоге использования креативного потенциала, знаний и интеллекта происходит стимуляция дальнейшего роста творческой деятельности.

Для удачного управления инновационной деятельностью нужно тщательное исследование инноваций.

Важно учиться различать инновации как новые стратегические направления деятельности от локальных, имеющих важное, но не глобальное значение, например:

- имитационных изменений в продуктах и технологических процессах (например, эстетические изменения – цвета, формы и других характеристик);
- неглубоких технических или внешних отличий в продуктах при наличии в неизменном виде базовых функций;
- не влияющих сильно на суть, характеристики, свойства, цену продукта или услуги, а также используемых в нем материалов и компонентов и прочее.

Новый подход к инновациям трактуется прежде всего по технологическим и экономическим параметрам, по конкурентоспособности продукта и месту, которое он занимает на рынке.

Все перечисленные факторы дают возможность выстроить собственное видение классификации инноваций. По принципу значимости:

- отраслевая новизна в мировом измерении;
- отраслевая новизна в государственном измерении;
- отраслевая новизна в локальном измерении (холдинги, предприятия, организации, институты).

По структурному принципу:

- стартовые инновации на входе организации/предприятия и т.п.
- итоговые инновации на входе организации/предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и другие);
- системно-структурные инновации (сфера менеджмента или управления, сфера производства, сфера маркетинга, сфера техники или технологий и т.п.).

По масштабу изменений:

- глобально-радикальные (базовые);
- совершенствующие;
- имитационные;
- поверхностные или формальные.

Базу инновационной деятельности в экономике формирует возможность применения достижений научно-технического развития. Инновации затрагивают в современном мире разнообразные сферы, даже не совсем привычные отрасли, такие, например, как туризм.

Сказанное в полной мере относится и к сфере социально-культурного сервиса и туризма [4, с. 56].

В XXI веке туризм является одним из основных направлений социально-экономической, креативно-культурной и общественно-политической деятельности подавляющей части стран и регионов мира. Область туризма органично вплетает в свою сферу составляющие менеджмента, логистики, культуры, транспорта, безопасности, гостиничного бизнеса и другое. Если принимать во внимание внутренний туризм, можно сделать вывод, что более половины населения земли принимают на себя роль туриста ежегодно. Туризм является важной строкой бюджета и укрепления сотрудничества между странами и государствами. По статистике международных отношений из 7 миллиардов человек на планете около 1 миллиарда ежегодно посещают зарубежные страны с целями туризма [5, с. 15].

В настоящее время индустрия туризма значительно расширилась линейкой разнообразной линейкой различных видов инновационного туризма: образовательного, экологического, лечебно-оздоровительного, романтического, приключенческого, делового и корпоративного, гастрономического, агрономического, спортивного, космического, духовно-паломнического, а также расширения туристических возможностей для людей с ограниченными возможностями и увеличения роли детского отдыха во время традиционных летних и зимних каникул.

Сложность в процессах планирования и управления инновациями состоит в классификации инноваций для сферы туризма. В качестве значимых для определения сущности инноваций в туризме выделяют следующие классификационные признаки:

- источник идеи (нужды туристов, идеи, открытия, изобретения);
- тип инновации (инфраструктура туризма, турпродукт, методы и средства распределения турпродукта/услуги, менеджмент, факторы развития);
- уровень новизны;
- степень влияния, глобальность, взаимосвязь (локальные, глобальные, системные);
- инвестиционное наполнение (капиталоемкость\_некапиталоемкость) [6, с. 121].

Инновации в туризме представляют собой системные события, имеющие качественную новизну и стимулирующие положительные изменения, приводящие к устойчивому функционированию и

перспективному развитию отрасли на определенной территории. Так, идея создания и реализация туристических проектов, вначале имеющая невысокую прибыльную способность, в целом способна стать началом развития туристического направления и активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест.

Инновационный процесс в туризме имеет специфические черты. Реализуясь посредством рынка туризма и удовлетворяя нужды клиента и соотносясь с принятием общих моделей организациями туризма, административными управленческими структурами в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с туризмом, а также содействия в развитии туристической отрасли широкой общественности и населения в целом. Только такое взаимодействие всех элементов (субъектов и объектов) инновационного процесса может привести к появлению существенного синергического эффекта, выраженного в качестве роста (развития) сферы туризма. Комплексность и трансформируемость открытий, когда внедрение нового в одной области дает эффект (и может быть, более сильный) в другой, что составляет их сущность в отрасли, поэтому нуждаются в системной организации и управлении [7, с. 122].

К базовым характеристикам инноваций в туризме причисляют:

- 1) научность – применение имеющихся научных знаний и методов для реализации инноваций, способных удовлетворить туристический спрос;
- 2) системность – учет при формировании программы инновационного туристического условий, необходимые для удовлетворения потребностей людей в отдыхе; ресурсные возможности региона (экономические, финансовые, кадровые и другие);
- 3) востребованность – соответствие инновации потребностям туристов. Предлагаются только те нововведения, которые действительно нужны клиенту, а не те, которые может совершить и внедрить туристская организация;
- 4) позитивная оценка – положительная оценка результатов, заключающаяся в предупреждении нерационального, не осмысленного сотворения и внедрения нововведения, которое может стать небезопасным для туристов, конкретной организации, природы и общества в целом;
- 5) соответствие инвестиционным процессам – для проведения нужных исследований, разработки и материализации инноваций употребляются инвестиционные ресурсы, эффективность которых определяется степенью значимости и масштабностью нововведений;
- 6) соответствие результатам – инновационная деятельность должна быть в согласии с результатами, то есть ее соответствие уровню развития общества;

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азар В. И. Конкурентные преимущества фирмы / В.И. Азар, А.П. Челенков. – М.: Типография «Новости», 2018. – 256 с.
2. Афанасьев О.Е. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сборник статей / Афанасьев О.Е. – Москва: Русайнс, 2020. – 490 с.
3. Васильченко А. О. Квест-экскурсия как инновационная форма туристической деятельности / А. О. Васильченко // Туризм и гостеприимство. – 2020. – №1. – с. 22-26.
4. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 402 с.
5. Путрик Ю. С. Проблемы и программы применения природного и культурно-познавательного потенциала регионов России / Ю.С. Путрик. – М.: Статут, 2018. – 68 с.
6. Инновационный менеджмент / Под ред. Кудряева В.А. – М.: Инфра-М, 2019. – 612 с.
7. Зорин И. В. Управление туризмом. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 442 с.
8. Банникова Н. В. А. Развитие экологического туризма. – Магнитогорск: МаГУ, 2018. – С. 21-25.
9. Юшкина Т. В. Организация формирования нового туристического продукта / Т. В. Юшкин. – М.: Флинта, 2020. – 446 с.
10. Савояров Н. Историко-культурный туризм / Н. Савояров // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2020. – № 3. – С. 34-36.
11. Беседин В. Б. Перспективы развития въездного туризма. – Магнитогорск: МаГУ, 2020. – С. 6-8.
12. Бисько И.А. Организация обслуживания туристов. Tourism service organization: учебное пособие / Бисько И.А., Маевская В.А., Паксютина Е.А. — Москва: КноРус, 2019. – 209 с. – С.8-11.
13. Бенин В. Л. Очерки культур народов Башкортостана. – Уфа: БГПУ, 2018. – 236 с.
14. Биржаков М.В. Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Питер, 2018. – 192 с.

15. Биржаков М.Б. К вопросу о туристических определениях / М.Б. Биржаков // Туристские фирмы. - 2019. - № 25. - С.91-93.
16. Егорьенков Л. И. Экология туризма и сервиса: учебное пособие Л.И. Егорьенков. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 208 с.
17. Рахмалева О. В. Культурно-познавательный туризм как фактор социально-экономического развития региона. - СПб: Питер, 2018. - 220 с.
18. Восколович Х. А. Экономика туризма / Н.А. Восколович. - М.: Инфра-М, 2019. - 224 с.
19. Васюкова А. Т. Малый инновационный бизнес в сфере туризма: монография / Васюкова А.Т. Москва: Русайнс, 2020. - 98 с.
20. Гаврилов А. В. Ю. Информационные технологии - естественный метод формирования туризма / Гаврилов Ю.А. // Туризм: право и экономика. - 2008. - №1. - С. 17-22.
21. Генисаретский О.И. Культурно-антропологическая перспектива. - М.: Статут, 2020. - 218 с.
22. Гордин В. и другие Теоретические и практические подходы к развитию культурно-познавательного туризма. Горордин, М. Сущинская, И. Яцкевич // Учебное пособие под ред. Я.Брауна, В.Андерсен, В.Гордина. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2020. - 218 с.
23. Емельянов Б. В. Основы экскурсоведения / Б.В. Емельянов. - М.: Турист, 2018. - 118 с.
24. Жукова М. А. Индустрия туризма: Менеджмент организации / М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 200 с.
25. Золотова Л. В. Этнологический туризм как составная часть экологического туризма на Южном Урале / Л. В. Золотова // Южный Урал как единение Европы и Азии. Туризм: мир материалов и устойчивое развитие: сборник международного форума. - М. - Магнитогорск, 2018. - С. 32-37.
26. История туризма для детей в Башкирии [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.childtur.ru/history/history.php>. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 29.05.2022 г.)
27. История туризма в СССР [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.protours.ru](http://www.protours.ru). URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 30.05.2022 г.)
28. Карпова Г. А. Экономика и менеджмент в сфере туризма / Г.А. Карпова. - СПб.: Питер, 2020. - 244 с.
29. Катаев Б. М. Туризм / Б. М. Катаев // Челябинск. Энциклопедия. - Челябинск: ЮУКИ, 2018. - 188 с.
30. Кастосов И. В. Информационное обеспечение культурно-познавательного туризма / И.В. Кастосов // Туризм: право и экономика. - 2021. - №1. - С. 17-22.
31. Кастосов И. В. Информационное сопровождение культурно-познавательного туризма // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В.Лебедев. - М.: Прогресс-Традиция, 2019. - 98 с.
32. Кашин Е. Первый шаг к культурному туризму [Электронный ресурс] / Е. Кашин. - Режим доступа: [http://jn.com.ua/Israel/museums\\_2103.html](http://jn.com.ua/Israel/museums_2103.html). URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 02.06.2022 г.)
33. Косолапов, А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2019. - 198 с.
34. Киреева Ю. А. Усадьбы Подмосковья как объект культурно-познавательного туризма. - Рязань: Изд-во Рязанского госуниверситета им. С. А. Есенина, 2020. - 219 с.
35. Киреева Ю.А., Полякова О.Р. Роль музеев в формировании туризма. Вестник Национальной академии туризма. - 2018. - №4 (44). - С.21-26.
36. Кирюнин А.Е. Образ региона как интериоризация культуры / А.Е. Кирюнин. - М.: Форум, 2020. - 312 с.
37. Клейн Р. Пути государственной политики Европейского Союза в сфере туризма / Р. Клейн // Туризм: право и экономика. - 2021. - № 1.- С. 32-37.
38. Кургина С. О. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионного продукта / С. О. Кургина // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2018. - №3. - с. 231-233.
39. Кузовникова Л. Картирование историко-культурных ресурсов как этап развития креативных индустрий / Л. Кузовникова // Экология культуры / под ред. Л.Э. Вострякова. - М.: Дашков и к, 2020. - 228 с.
40. Кусков А.С. Транспортное обеспечение в туризме: учебник / Кусков А.С., Джаладян Ю.А. - Москва: КноРус, 2019. - 354 с.
41. Об истории туризма, путешествий и экскурсионной деятельности в России // Спорт Магнитогорска. - 2018. - № 28. - С. 18 - 32.
42. Понин В. В. Туризм. - М.: Инфра-М, 2018. - 544 с.
43. Попова Р. Ю. Маркетинг, реклама и информация в туризме. - М.: Издательство ОАО «Диалог-МГУ», 2018. - 166 с.

44. Попова Р. Ю. Основные принципы и задачи государственной поддержки формирования туристической отрасли региона на современном этапе / Р.Ю. Попова // Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях. - М.: ГАСБУ, 2018. - 220 с.
45. Прентис Р. Опыт формирования и развития культурно-познавательного туризма: пер. с английского. - СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2019. - 232 с.
46. Проурзин Л. Ю. Туризм как приоритет экономики / Л.Ю. Проурзин. - М.: Новый век, 2018. - 218 с.
47. Пузакова Е. П. Иностраный туристический бизнес / Е.П. Пузакова, В.А. Честников. - М.: «Экспертное бюро-М», 2018. — 302 с.
48. Ревинский И.А., Романова Л. С. Поведение фирмы на рынке услуг: Туризм и путешествия: Учеб. пособие. Новосибирск, 2018. - 136 с.
49. Романов А. А. География туризма / А.А. Романов, Р.Г. Саакянц. — М.: Советский спорт, 2018. - 466 с.
50. Румянцева Т.В. Улучшение системы менеджмента развитием культурно-познавательного туризма / Т.В. Румянцева. - СПб: Питер, 2018. - 159 с.
51. Седова Х. А. Культурно-познавательный туризм / Х.А. Седов. - М.: Советский спорт, 2020. - 196 с.
52. Соколова М. В. История туризма: Учебник / М.В. Соколов. - М.: Академия, 2021. - 352 с.
53. Управление туризмом. Туризм как вид деятельности / под ред. В.А. Александрова. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 288 с.
54. 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 источник] / URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 28.05.2022 г.).

*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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/251864>