

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/vkr/38142>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 6

1.1 Понятие и характеристика событийного туризма в Российской Федерации 6

1.2 Классификация событийного туризма 14

1.3 Перспективы развития событийного туризма 18

ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРА «ПИТЕР-ФЭСТ 2018» 27

2.1 Обоснование и описание тура по Санкт – Петербургу 27

2.2 Проведение расчетов по туру 39

2.3 Оценка экономической эффективности тура 42

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 45

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 48

ВВЕДЕНИЕ

Туризм – одна из наиболее стабильных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Несмотря на экономические потрясения последних лет, число туристских прибытий за 2014 год, по данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), превысило миллиардный рубеж. В этом потоке еже-годно на 1,5% увеличивается и доля туристов, отдающих предпочтение посещению различных культурных, спортивных, деловых, политических и иных мероприятий самого разного масштаба. Желания людей присутствовать на ка-ком-либо мероприятии или при каком-либо событии постепенно образовали целую индустрию, которая, в свою очередь, начала управлять этими желания-ми, принося немалую выгоду организаторам мероприятий и дестинациям – хозяевам этих мероприятий в виде налогов, активизации инфраструктуры и населения.

Многие страны и города активно соперничают в борьбе за туристов, наращи-вая качество организации ныне существующих и придумывая новые событий-ные поводы, тем самым развивая относительно молодое и перспективное направление туристского бизнеса – событийный туризм. Событийный, или ивент-туризм, как бизнес начал своё развитие за рубежом, но в последние го-ды прочно вошёл в лексикон профессионалов туризма и в России, дополнив список разновидностей внутреннего и въездного туризма. В современных условиях спада экономического роста одним из факторов уве-личения внутренних региональных продуктов, диверсификации источников доходов региональных бюджетов, создания рабочих мест и повышения каче-ства жизни населения должен стать событийный туризм.

Санкт-Петербург в силу своего уникального геополитического положения, бо-гатой истории и накопленного туристского опыта может рассматриваться как одна из самых привлекательных российских дестинаций в сфере событийного туризма. На сегодняшний день событийный туризм старается охватить все ас-пекты путешествия, посредством которого человек может узнать о жизни, бы-те, культуре, а также об обычаях другого народа. Таким образом, туризм со-здаёт и обеспечивает культурные связи и содействует международному со-трудничеству.

Основная проблема, связанная с развитием регионального событийного ту-ризма в РФ, заключается в отсутствии методических материалов по комплекс-ному развитию этого вида туризма с учётом современных требований, в недо-статочном привлечении маркетинговых технологий для создания и продви-жения данного турпродукта на внутреннем и внешнем рынках и, как след-ствие, в его недостаточной социально-экономической эффективности.

С учётом вышеизложенного, актуальность выбранной темы выпускной квали-фикационной работы определяется назревшей необходимостью усиления роли и значения событийного туризма в Санкт-Петербурге, как одного из наиболее перспективных направлений туризма в данном муниципальном образовании. Событийный туризм может рассматриваться не только как один из видов ту-ризма, но и в

качестве стратегии развития сферы культуры региона, в тесной взаимосвязи с развитием территории Санкт-Петербурга.

Таким образом, объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является сегмент событийного туризма как часть внутреннего и въездного туризма Санкт-Петербурга.

Предметом исследования в работе является программа событийного тура в г. Санкт-Петербург «Питер-фэст 2018».

Цель работы – проектирование и организация событийного тура в г. Санкт-Петербург «Питер-фэст 2018» и оценка его экономической эффективности.

Для успешного достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить характеристику и особенности развития событийного туризма в Российской Федерации;
- спроектировать и организовать событийный тур в г. Санкт-Петербург «Питер-фэст 2018»;
- оценить экономическую эффективность тура.

Методологическую основу исследования составили общенаучные, эмпирические методы: анализ литературных источников, системный анализ, проектирование, прогнозирование и др.

Для решения поставленных в работе задач автором были использованы необходимые источники и научная литература. Теоретической основой для написания выпускной квалификационной работы послужили учебные пособия таких авторов как: Аванесова Г. А., Биржаков М. Б., Власова А. А., Жукова М. А., Румянцева Т. В., Седова Н. А., Сущинская М. Д. и другие, научные статьи.

Информационной основой для написания выпускной квалификационной работы послужили следующие документы: Федеральный закон №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ГОСТ Р 50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования», Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей».

Глава 1. ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНО-ГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1 Понятие и характеристика событийного туризма в Российской Федерации

Событийный туризм – это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным событиям или мероприятиям. Поводом для туристических поездок могут быть самые разные события из области спорта, культуры, бизнеса, светской и политической жизни. В рамках событийного туризма основная цель поездки обычно приурочена к мероприятию или событию, неразрывно связанному с какой-либо местностью или местом.

Многие туристы, наездившись по миру, отмечают, что уже везде были и самые популярные туристические места уже посетили, но при этом хочется все больше новых впечатлений.

Событийные туры – это туры, которые организованы и подстроены таким образом, что турист едет в определенную страну под вполне конкретное событие. Будь то всем известный Каннский кинофестиваль или местные ярмарки, фестивали и карнавалы. В любое время года в мире происходят самые разные события и мероприятия, поэтому событийный туризм – отличная возможность побывать на таких праздниках и оставить в памяти яркие впечатления от поездки. Ведь турист не просто отправится в страну, чтобы провести отпуск и отдохнуть, посмотреть новые места или познакомиться с новыми интересными людьми, он отправится на событие.

По своей сути событийный туризм не отвергает традиционного осмотра достопримечательностей, дегустации блюд местной кухни или посещения музеев. Специфика событийного туризма заключается в том, что традиционные туристско-экскурсионные услуги и объекты показа в рамках культурного и/или спортивного туризма «упаковываются» в новый туристический продукт, который совмещает в себе традиционные формы отдыха с атмосферой праздника и возможностью личного участия в нем. Все это значительно усиливает впечатления туристов и делает туристический продукт более привлекательным. Не случайно многие эксперты предсказывают, что в недалеком будущем число туристов, посещающих разного рода мероприятия, превзойдет количество участников традиционных культурно-познавательных туров.

Событийный, или ивент-туризм (от англ. event – событие, мероприятие). Несмотря на молодость событийного туризма как разновидности туроператорской деятельности, корни этого явления уходят вглубь веков и связаны с обычаями и традициями самых разных народов.

Событийный туризм является одним из наиболее древних видов туризма. Изначально это не был

привычный нам туризм, с взаимосвязанными предприятиями и организациями туристской индустрии. Скорее это был массовый самодельный туризм. Тысячи людей отправлялись в длительные путешествия, привлеченные каким-либо значительным событием или мероприятием. Перемещения большого числа людей открывали возможности для торговли на дороге, строительства дорог, появления первых предприятий размещения и питания.

Термин событийный туризм появился сравнительно недавно, в 1987 году. Данный термин был введен в научный обиход департаментом туризма и общественности Новой Зеландии. В зарубежной литературе термин «событийный туризм» трактуют как важную альтернативу для дестинаций и местных предпринимателей, а так же как основную деятельность организаторов событий, которые желают увеличить свою аудиторию.

Классик туристской литературы М.Б. Биржаков дает такое определение: событийный туризм – это значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинаций в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни общества или сообщества, редко наблюдаемым природным явлением.

Событие – совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного сообщества или человечества в целом, для малых групп или индивидумов, а также характеризующихся кратким периодом существования. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого частотно с регулярной повторяемостью в определенные периоды времени. Событийный туризм является составной частью таких направлений туризма, как приключенческий, экологический, гастрономический, религиозный и некоторых других (рисунок 1).

Рисунок 1 - Взаимосвязь видов туризма с событийным туризмом

В настоящее время нет четкого определения событийного туризма. Считается, что название «событийный» говорит само за себя. Определения данные М.Б. Биржаковым и Федеральным агентством по туризму не отражает всей сути. На наш взгляд, наиболее полным, но не бесспорным является определение данное Е.А. Лакомовым в своей диссертации «Повышение кокурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму» – под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран.

Предпосылки появления, как и история возникновения событийного туризма, берет свое начало в древние времена. В период формирования человеческого общества путешествия были вызваны необходимостью выживания. 9

Люди передвигались в поисках пропитания и для обеспечения собственной безопасности.

Первые документально зафиксированные сведения о возникновении событийного туризма относятся к античной эпохе. Они связаны с крупнейшими спортивными соревнованиями в Древней Греции – Олимпийскими играми. Олимпия была местом, где проводили игры, посвященные олимпийским богам. Меньший размах имели Великие или Городские Дионисии проходившие в честь бога Диониса. Центральным местом праздника были театральные представления.

В Древнем Риме пользовались популярностью гладиаторские бои, Гладиаторские школы были открыты во всех крупных городах. Иногда известные гладиаторы устраивали «турне» по городам империи и таким образом у любителей кровавых зрелищ отпадала нужда к длительным путешествиям.

Таким образом, событийный туризм в Древней Греции и древнем Риме был связан с проведением крупных спортивных соревнований и театральных постановок. Зачастую путешественникам было необходимо перемещаться на длительные расстояния. Мотивом путешествия служило желание лично поучаствовать в грандиозном по размаху и значению событии.

Средние века (V–XV вв.) были не самым лучшим временем для путешествий близких по своей организации и мотивам к событийному туризму. Причин было не сколько. Первая причина – кризис транспортной инфраструктуры, который выражался в разрушении римских дорог и мостов. Вторая причина – политическая нестабильность. Она выражалась в частых варварских набегах и феодальной раздробленности и связанные с ней междоусобные войны. Как следствие из этого, количество путешественников сократилось, а расходы на безопасность увеличились.

Но, несмотря на это, в средние века появляется новый вид событийного туризма – «политический туризм». Он был приурочен к знаменательным монархическим событиям – коронации, свадьбы королевских и

аристократиче-ских домов, принесение присяги. Обычно проведению праздничных торжеств сопутствовали торговцы со своим товаром, артисты (мимы, акробаты, бродячие поэты), рыцарские турниры. Толпы нищих привлекала раздача милостыни. Политический туризм стимулировал развитие городов, с которыми было связано событие. Например, традиционная коронация французских королей в Рейнсе, привлекала людей разных сословий и достатка. Ни коронации, ни королевские свадьбы не имели четкого графика, что негативно сказывалось на возможности их посещения всеми заинтересованными лицами.

Еще одной формой средневековых путешествий стали ярмарки. По мере развития производственных сил и международной торговли в Европе появились ярмарки, получившие всеобщую известность. Это были ярмарки в Шамни, наибольшую популярность они получили в XIII веке. Ярмарки проходили ежегодно и длились два месяца. Средние века также внесли элементы событийного туризма в распространенную практику паломничества, которое было связано с созывом церковных соборов с целью укрепления распространения веры и борьбы с еретиками.

Новой формой досуга в эпоху Возрождения стали карнавалы. По своей сути они являются аналогом православной Масленицы и знаменовали собой прощание с веселой жизнью и началом Великого (Пасхального) поста. Самая распространенная версия происхождения слова «карнавал» от лат. Выражения «carne vale» – «мясо прощай». Большой популярностью карнавалы пользовались во Франции, Италии, Испании, Португалии.

Средневековые карнавалы были событиями местного масштаба и большого числа путешественников не привлекали. В эпоху Возрождения ситуация стала меняться, карнавалы стали приобретать характер специально организованных праздников. Особенно были популярны карнавалы в Венеции и Риме. В рамках карнавал происходили театральные представления, костюмированные шествия, народные гуляния и т.д. Расцвет карнавалов пришелся на XVI-XVII вв. В эпоху великих географических открытий, карнавалы пересекли океан и появились в Америке. В настоящее время самым известным является карнавал в Рио-де-Жанейро в Бразилии.

Для событийного туризма Нового времени была характерна мода на «Гранд туры», когда аристократы отправляли своих детей в длительное путешествие за границу. Новое время стало временем становления современного событийного туризма. Новым шагом в развитии событийного туризма стали конгресс-туры или конференц-туры. Они зародились в XVII в. как съезды профессионалов в той или иной сфере. Первый подобный съезд – Международный конгресс врачей – прошел в Риме в 1681 году.

Событийный туризм в XIX проявлялся в выставках. Самые крупные выставки в этот период времени :

□ «Великая выставка промышленных работ всех народов» Лондон 1851 год. На выставке были представлены промышленные товары, ремесленные изделия, новые технологии и материалы;

□ «Всемирная промышленная выставка» в Нью-Йорке. По количеству посетивших ее людей хоть и уступала Лондону, но для Нового света стала фурором;

□ «Всемирная выставка промышленности, сельского хозяйства и изящных искусств» в 1855 году в Париже посетило более 5 млн. человек.

Всего в XIX состоялось 19 выставок: 12 в Европе, 5 в США, 2 в Австралии. В первой половине XX века выставки начали терять свою популярность. Это было обусловлено двумя причинами: Первая мировая война (1914-1918 гг.) и первый финансово-экономический кризис «Великая депрессия» (1929-1939 гг.), и как следствие падение уровня жизни населения. Но Всемирные выставки не исчезли, они проводятся по настоящее время во многих странах мира.

В XX событийный туризм по праву становится одним из наиболее заметных видов современного туризма.

Особенно велик его вклад в появление и развитие новых туристических дестинаций. Первым шагом в развитии современного событийного туризма стало возрождение олимпийского движения.

Инициатором стал французский общественный деятель Пьер де Кубертен. В 1894 году в Сорбонне он предложил возродить олимпийское движение. Вскоре после этого был образован Международный олимпийский комитет (МОК), который взял на себя организацию соревнований. К концу XX началу XXI такие посещения различных мероприятий стали приобретать цивилизованный вид. Учитывая всё более возрастающую популярность спортивных соревнований, фестивалей, конкурсов, форумов и т.п. и предвидя очевидную прибыльность, за дело взялись профессиональные организаторы. Образовался и начал активно развиваться новый вид бизнеса – ивент-менеджмент.

Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложения, в связи, с чем резко поднимаются цены на транспортные перевозки туристов и номера в отелях.

Так, стандартный номер в берлинском отеле Hilton предоставляется обычно клиентам по тарифам около 150 евро в сутки, но в период проведения в Германии чемпионата мира по футболу он стоил 400 и более евро в сутки. Статистика утверждает, что каждый участник Кельнского карнавала расходует на билеты, еду, напитки и сувениры в среднем 160 евро в сутки. Отдельной статьей расходов является приобретение карнавальных костюмов. Кельнский карнавал ежегодно приносит экономике Германии около 250 млн. евро.

В европейских странах и США сфера событийного туризма является развитой и предлагает потребителям широкий выбор мероприятий, достойных внимания. В этих странах формируются тенденции в данной сфере, дальше адаптируются к национальной специфике других стран. Развитие событийного туризма в Европейских странах и США связано с тем, что они являются организованными на высочайшем уровне, где используются передовые развлекательные технологии, яркие декорации, качественный звук и свет. Большое внимание здесь уделяется безопасности мероприятия, быстрому доступу зрителей на мероприятия, минимизация очередей на входе и в учреждениях, предоставляющих услуги на территории. Это все делает пребывание туристов на действе комфортным и безопасным. В-третьих, проводимые мероприятия являются брендовыми. В-четвертых с увеличением объема свободного времени на фоне ухудшения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении населения обнаруживаются две главные тенденции – дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок. Рынок событийного туризма в развитых странах является насыщенным предложением. Туристы Великобритании, Нидерландов или Италии являются привередливыми к мерам, которые им предлагаются, поэтому большое внимание уделяется качеству проведения действа, безопасности, использованию инновационных технологий и, конечно же, актуальности продукта, представленного на событии. Организаторы, чтобы сделать свое мероприятие культовым (а именно такие события привлекают большие потоки туристов), должны постоянно удивлять публику.

Что касается России, самыми известными ивентами можно признать, кроме сочинской Олимпиады 2014 и московского футбольного Чемпионата мира-2018, Формула1, кинофестивали «Международный Московский» и «Кино-тавр», авиакосмический салон «Макс», «Широкую Масленицу» в Москве, музыкальный конкурс имени Чайковского, фестиваль «Белые ночи Санкт-Петербурга» и некоторые другие. Остальные события, довольно многочисленные, известны только среди россиян и не имеют пока международного резонанса.

1.2 Классификация событийного туризма

Сегодня существуют различные подходы к классификации мероприятий и событий и, соответственно, видов событийного туризма.

Согласно одному из них, события распределяются по следующим признакам: целевой аудитории, концепции событий и их организации.

По первому из этих признаков О.В. Алексеева дифференцирует общественные, корпоративные и смешанные ивенты. В качестве примера последних приводятся ярмарки, выставки и т.п. события, в которых могут принять участие и профессионалы, и все желающие.

Вторым признаком классификации является тематика ивента или цели поездки. Согласно этой классификации, различают деловые ивенты с ориентацией на бизнес, ивенты, нацеленные на отдых и рекреацию. Зачастую в этой категории присутствует и смешанный тип, когда деловая поездка сочетается с

1. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.09.2017)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) принят 21 октября 1994 года (в ред. от 05.12.2017 N 379-ФЗ)
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
4. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 26.07.2017) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.08.2017)
5. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 (ред. от 10.02.2017) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
6. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 317 «Об утверждении государственной

программы Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013-2020 годы»

7. Приказ № 441-Пр-14 от 01 декабря 2014 г. «Об утверждении Реестра инвестиционных проектов субъектов Российской Федерации, включенных Координационным советом в перечень мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)»

8. Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 N 941-р (ред. от 26.10.2016) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»

9. Баранова А. Ю. Теория развития экономических интересов объектов туристологии: Монография / А.Ю. Баранова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 151 с.

10. Бобков, М. А. Особенности развития регионального туризма в России [Текст]: монография / М. А. Бобков. [Сочи : СГУ, 2012. - 137 с.

11. Богданов Е. И. Экономика отрасли туризм: Учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 318 с

12. Болoduрина М.П. Систематизация факторов, оказывающих влияние на развитие внутреннего туризма в России // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. - 2016. - Т. 2. №1. - С. 14-17

13. Воскресенский В. Ю. Международный туризм: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "География", "Менеджмент организации", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Воскресенский В.Ю., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.

14. Донских, С. В. Событийный туризм : учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. Минск : РИПО, 2014. - 112 с.

15. Жукова, М. А. Управление индустрией туризма России в современных условиях [Текст] / М. А. Жукова, А. Д. Чудновский. [М.: КноРус, 2010. - 210 с.

16. Зайцева, Н. А. Факторы, обеспечивающие эффективность деятельности предприятий туристской индустрии: теоретические и методологические аспекты [Текст]: монография / Н. А. Зайцева, О. В. Каурова, О. С. Юманова [М.: Издатель Степаненко, 2011. - 171 с.

17. Зализняк, Е. А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития [Текст] / Е. А. Зализняк // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3. Экономика. Экология. - 2011. - № 2(19). - С. 70-77.

18. Замедлина Е. А. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 204 с.

19. Киякбаева, Е.Г. Индикаторы устойчивого развития туризма и их использование в федеральных программах развития туризма в России / Е.Г. Киякбаева // Известия Сочинского государственного университета. - 2014. - № 1 (29). - С. 78-80

20. Клейман, А. А. Инфраструктура туризма: стратегия развития [Текст]: монография / А.А. Клейман, О. Б. Евреинов ; под ред. А. А. Клеймана. - СПб. : D.A.P.R., 2014. - 384 с.

21. Морозов, М. А. Оценка привлекательности туристских дестинаций [Текст] / М. А. Морозов // Вестник РГТЭУ. - 2012. - № 7 - 8 (67). - С. 41-49

22. Национальный календарь событий. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/>

23. Новикова Н.Г., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики// Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2016. Т. 10. - № 2. - С. 15-21

24. Овчаров, А. О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы [Текст]: монография / А. О. Овчаров. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 280 с.

25. Осипов, Б. А. Методика оценки экономической эффективности внутреннего туризма / Б. А. Осипов, В. В. Соколенко, Ю. Д. Шмидт // Вопросы отраслевой и региональной экономики : Вестник ТГЭУ. - 2011. - № 3. - С. 3- 11

26. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писарева. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 384 с.

27. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>

28. Постикэ, Н.Б. Влияние туризма на экономику регионов, роль государства в развитии индустрии туризма / Н.Б. Постикэ // Проблемы и перспективы развития регионального туризма. - 2013. - № 14. - С. 128-135

29. Симонян, Г. А. Системные проблемы туризма в России и возможные пути их решения [Текст] / Г. А. Симонян, А. А. Сарян // Современная научная мысль. Научный журнал НИИ истории, экономики и права. - 2013. - С. 147- 154

30. Скамницкий А.А. Организация международного туризма: Учебное пособие. - Издательство: Гардарики,

2008. – 250 с.

31. Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. – 613 с.
32. Технология туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / сост. О.С. Крайнова, О.А. Суханова; Моск. ун-т им. С.Ю. Витте. Ф-л Моск. ун-та им. С.Ю. Витте в г. Н. Новгороде. [Электронное издание]. М.: изд. «МУ им. С.Ю. Витте», 2015.
33. Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм [Электронный ресурс]: учеб-ник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 396 с.
34. Управление индустрией туризма [Текст] / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – М. : КноРус, 2013. – 440 с.
35. Федюлин, А.А. Современное состояние и приоритетные направления развития туризма и туристского образования в России / А.А. Федюлин // Со-временные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – № 4. – С. 70–75
36. Экономика и организация туризма. Международный туризм [Текст] / под ред. Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой, И. А. Рябовой. – М. : КноРус, 2013. – 576 с.

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/vkr/38142>