

Системы интерактивного телевидения (Interactive TV Systems), система визуального отображения информации (Digital Signage) – сообщает гостям полезную информацию, место и время проведения мероприятий, конференций.

Мультимедийные технологии – технология «виртуальный тур», можно посмотреть в трехмерном изображении номера отеля, холлы, рестораны, оценить комфорт и уют гостиницы.

Использование и внедрение данных и прочих инноваций способствует улучшению качества обслуживания, повышению конкурентоспособности и имиджа гостиницы, сделав ее уникальной. С помощью правильно введенных в отель инноваций, значительно увеличится число постоянных клиентов. Гость, уходя из отеля, должен покидать его только с приятными эмоциями, подчеркнув для себя важные факторы, которые есть только в этом отеле.

**РИСКИ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ  
РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА ОТ ВХОЖДЕНИЯ  
РОССИИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ  
ОРГАНИЗАЦИЮ**

Жертовская Е.В., Виленская М.С.

*Южный федеральный университет, Таганрог,  
e-mail: jertovskayaev@yandex.ru*

Являясь достаточно сложной и чувствительной составляющей экономической системы, сфера туризма, среди прочих секторов непродуцированной сферы экономики, подвержена воздействию внешних факторов. В этом смысле влияние интеграционных процессов, обусловленных вступлением России во Всемирную Торговую организацию (ВТО) 2012 года, на туристскую индустрию как страны в целом, так и отдельных регионов, муниципальных образований, не является исключением.

Таким образом, вступление России в ВТО обусловило возникновение ряда возможностей и некоторых потенциальных угроз для дальнейшего развития сектора туризма.

Потенциальные риски от вступления в ВТО:

Ужесточение конкуренции по сравнению с иностранными аналогами. Рост конкуренции приведет к увеличению маркетинговых расходов на поддержание рыночных позиций на рынок; несоответствие международным стандартам качества предприятий и продукции; несоответствие международным отраслевым эко-стандартам (для въездного туризма).

Ужесточение конкуренции; потенциальные риски спада в сопряженных отраслях; закрытие предприятий и рост безработицы обусловят снижение спроса на продукцию туристского сектора (по направлению внутренний туризм); угрозы малому турбизнесу, обусловленные появлением на рынке новых крупных участников (гостиничных цепочек, туроператоров и пр.) (для внутреннего и въездного туризма).

Ужесточение конкуренции в связи с необходимостью открытия туристского рынка для иностранных организаторов. Российские туроператоры, ориентированные, прежде всего на выездной туризм, будут вынуждены, не выдержав конкуренции, уйти с рынка или превратиться в их младших партнеров или агентов; наплыв дешевого импорта приведет к закрытию ряда самых слабых производств не выдержавших конкуренции и нарастанию безработицы. Закрытие предприятий и рост безработицы обусловят снижение спроса на продукцию туристского сектора (по направлению выездной туризм); угрозы малому бизнесу (для выездного туризма).

Потенциальные возможности от вступления в ВТО:

«Дешевые кредиты» для дальнейшего развития бизнеса по причине бесконтрольного прихода в Россию иностранных банков с их огромными капиталами и низкими процентными ставками; страховой рынок может быть полностью захвачен иностранными страховщиками, имеющими значительно больший капитал, чем отечественные компании. Более благоприятные условия страхования тур.услуг (для въездного и внутреннего туризма).

Иностранные операторы при определенных условиях, которые должны быть согласованы во время переговоров о вступлении на туристский рынок России (льготные условия инвестирования, обязательное целевое финансирование объектов туриндустрии и т.п.), будут вынуждены инвестировать в развитие инфраструктуры туризма в России. Именно это должно послужить стимулом для привлечения клиентов (туристов) этих операторов в Россию (для выездного туризма).

Несмотря на сложившиеся новые условия – модернизации российской экономики с учётом глобализационных процессов, туризм продолжает оставаться важным сектором национальной экономики. В новых условиях, в качестве наиболее эффективного и действенного способа решения выявленных проблем и сформулированных государством задач в сфере туризма выступает развитие тесного сотрудничества туристского сектора и государства, т.е. применение инновационных инструментов реализации национальной туристской политики на основе создания программ и проектов с помощью механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) [1,2].

**Список литературы**

1. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Государственно-частное партнерство как инновационный механизм реализации туристской политики в РФ // Туризм: право и экономика. – № 2, 2011.
2. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования. – Учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 304 с.
3. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Информационно-аналитическое обеспечение процесса формирования туристской политики муниципального образования с помощью технологии поддержки принятия управленческих решений на основе когнитивного подхода // Менеджмент в России и за рубежом. – № 4, 2008.
4. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования с помощью комплексной методики выбора и принятия управленческих решений (на примере г. Таганрога) // Туризм: право и экономика. – № 1, 2008.
5. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Современные направления формирования туристской политики муниципального образования // Туризм: право и экономика. – №1, 2011.

**ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ АНАЛИЗ  
РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГА)**

Жертовская Е.В., Султанова А.А.

*Южный федеральный университет, Таганрог,  
e-mail: jertovskayaev@yandex.ru*

Оказывая значительное влияние на ключевые секторы экономики, сфера туризма все чаще выступает одним из важнейших индикаторов социально-экономического развития, как регионов, так и муниципальных образований.

По данным государственной программы «Развитие культуры и туризма 2013-2020 годы» Россия, обладая значительным туристско-рекреационным потенциалом, занимает незначительное место на мировом рынке туристских услуг (около 1% мирового туристского потока). В соответствии с оценкой Ростуризма, потенциальные возможности России позволя-