

ТУРИСТСКИЙ ПАСПОРТ КАК ФОРМА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Тузова Н.Г.

Южный Федеральный Университет, Таганрог, Россия

Россия располагает огромным потенциалом, как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое - огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в отдельных регионах - нетронутая, дикая природа [1]. По данным Всемирной туристской организации, Россия занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма. За 2011 год Россия приняла около 25 млн международных визитёров (13-е место в мире). Доходы России от международного туризма в 2011 году составили \$11,4 млрд. В настоящее время в стране действует программа «Развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)». Основная цель программы - повысить конкурентоспособность туристского рынка страны, путем развития туристско-рекреационного комплекса; повышения качества туристских услуг; продвижения туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках. Одной из форм организации и ведения мониторинга туристской деятельности является создание туристского паспорта.

В ряде регионов России уже накоплен определенный опыт по их разработке и внедрению. Туристский паспорт – это документ, содержащий полный перечень туристских ресурсов, туристских организаций и сопутствующих отраслей, для формирования реестра данных, систематизации информации о состоянии туристской сферы на определенный момент времени. Такой паспорт может быть создан как для регионов-субъектов, так и муниципальных образований, муниципальных районов, а также популярных туристско-рекреационных зон.

Основная задача паспорта - формирование единой информационной базы данных о состоянии туристских ресурсов территории, предоставляемой потенциальным туристам и инвесторам. Варианты оформления такого паспорта различны - от нескольких таблиц до справочников с описательными таблицами, фотографиями, картами и анкетами. Также различны формы – может быть представлен в электронном виде - в открытом доступе в интернете, записан на дисках; бумажный вид – брошюры, буклеты [3].

К сожалению, процесс создания и внедрения подобного паспорта для муниципального образования связан с рядом проблем: несостоятельность местного законодательства, финансовые затраты, слабая заинтересованность владельцев мест исторического и культурного наследия в их категоризации. Однако выгоды от внедрения туристского паспорта несомненны:

- повышение информированности потенциальных гостей города о состоянии инфраструктуры и местах туристского интереса;
- увеличение туристского потока способствует привлечению инвестиций в экономику города;
- создание новых рабочих места в сфере туризма и сопряженных отраслях;
- появление новых рынков для местных товаров;
- увеличение доходов бюджетов всех уровней за счет: увеличения поступлений от налога с продаж, роста налогов и платежей от увеличения объема тур-услуг и сопряженных видов деятельности;

- категоризации и структуризации способствуют более четкому контролю за состоянием объектов исторического значения.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации URL: <http://www.russiaotourism.ru>
3. Яковлева С.И. Опыт разработки региональных туристских паспортов // Туризм и рекреация. – 2011- с. 127-134

ТЕХНИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Хворост В.А.

Южный Федеральный Университет, Таганрог, Россия

Основная черта современного бизнеса это внедрение инноваций. Данная тенденция присуща и гостиничному бизнесу. Потенциальный потребитель гостиничных услуг – это человек, для которого информационные технологии стали главной составляющей его жизни. Это и является основной причиной внедрения технических инноваций в гостиницах.

Технические инновации в гостиничном бизнесе можно разделить условно на две категории. К первой категории относятся инновации связанные с техническим оснащением для внутренней и внешней работы гостиницы. Данные технологии позволяют оптимизировать и упростить работу персонала гостиницы, а также облегчить доступ и пользования услугами гостиницы непосредственно самому клиенту. В настоящее время отели переходят на новый уровень бронирования, и используют Saas-технологии, более известную, как «Облачную». Данная технология позволяет системам получать информацию по подписке, а также управлять отделом продаж и маркетингом отеля [1].

Помимо систем, позволяющих управлять работой отеля и осуществлять взаимодействия сотрудников с клиентами, существует техническое оборудование обеспечивающее комфорт и безопасность проживающего в гостинице, а так же помогающее в работе обслуживающего персонала. Это оборудование и составляет вторую категорию технических инноваций в гостиничном бизнесе [2]. На сегодняшний день становится все тяжелее привлечь клиентов, только удобными апартаментами и удобным географическим расположением. Становится необходимо иметь такой набор технических услуг, как: спутниковое телевидение, бесплатный беспроводной интернет, телефоны и это далеко не полный набор.

Таким образом, технические инновации для гостиничного предприятия залог успешной борьбы с конкурентами и занятия лидирующего места на рынке туристских услуг.

Список литературы

1. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. «Информационные технологии управления. Учебник для вузов. – СПб»: Издательский дом «Питер», 2009. 318 с.
2. Саак А.Э., Якименко М.В. «Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны)»: Издательский дом «Питер», 2007. 432 с.