

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической теории и государственного управления
Направление подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное
управление

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ В.В. Лазарева
« _____ » _____ 20__ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Развитие туристического потенциала в регионе на примере
Амурской области

Исполнитель студент группы	_____	К.С. Селина
	(подпись, дата)	
Руководитель должность, степень	_____	В.В. Лазарева
	(подпись, дата)	
Нормоконтроль должность	_____	Л.Н. Михайленко
	(подпись, дата)	

Благовещенск 2024

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической теории и государственного управления

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой _____
_____ В.В. Лазарева
« _____ » _____ 202__ г.

З А Д А Н И Е

К выпускной квалификационной работе студента Селиной Марины Сергеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Развитие туристического потенциала в регионе на примере Амурской области

(утверждено приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы:

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: учебная литература, периодические издания, нормативные и правовые акты, интернет-ресурсы.

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Теоретико-методические и правовые аспекты исследования развития туристического потенциала в регионе.

2. Анализ практики организации мероприятий, направленных на развитие туристической привлекательности Амурской области.

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): отсутствует.

6 Дата выдачи задания:

Руководитель выпускной квалификационной работы: Лазарева Виктория Владимировна, доцент, к.э.н.

Задание принял к исполнению: _____

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 56 с., 9 рисунков, 11 таблиц, 50 источников.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена возрастающим интересом к внутреннему туризму в регионе, в частности тех которые обладают уникальными природными и культурными ресурсами, способные стать центром притяжения для туристов.

Цель бакалаврской работы – на основе теоретико-правового изучения и анализа деятельности органов управления в сфере развития туристического потенциала, выявить конкурентные преимущества и недостатки региона, а также предложить пути решения существующих проблем.

В рамках данной работы разработан проект «Программа лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области» который позволит достичь комплекса важных социально-экономических результатов: повышение информированности о существующих туристических мероприятиях Амурской области; повышение туристической привлекательности региона, увеличение туристического потока, создание дополнительной мотивации для посещения Амурской области.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретико-правовые и методические аспекты исследования туристического потенциала региона	7
1.1 Понятие и сущность туристического потенциала региона	7
1.2 Методические подходы к оценке и формированию туристического потенциала региона	11
1.3 Система управления развитием туристического потенциала региона	15
2 Анализ практики развития туристического потенциала Амурской области	22
2.1 Оценка туристического потенциала Амурской области	22
2.2 Анализ деятельности министерства экономического развития и внешних связей по формированию и развитию туристического потенциала	35
2.3 Разработка проекта «Программа лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области»	43
Заключение	48
Библиографический список	50
Приложение А Примеры брендовой продукции Амурской области	55

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена: во-первых, туристический потенциал и развитие туризма является одной из самых динамичных и перспективных отраслей экономики, способствующей социально-экономическому развитию регионов и повышению качества жизни населения, а во-вторых, в современных условиях глобализации и развития информационных технологий, туризм становится доступным широкому кругу людей, что делает его все более актуальным и привлекательным для изучения.

Цель бакалаврской работы – на основе теоретико-правового изучения и анализа деятельности органов управления в сфере развития туристического потенциала, выявить конкурентные преимущества и недостатки региона, а также предложить пути решения существующих проблем.

Задачи работы:

- изучить теоретические аспекты развития туристического потенциала, определить основные факторы, влияющие на его развитие;
- провести анализ существующей правовой базы, регламентирующей развитие регионального туристического потенциала;
- провести анализ туристического потенциала Амурской области;
- проанализировать основные направления деятельности Министерства экономического развития и внешних связей в сфере развития туристического потенциала;
- на основе проведенного анализа предложить проект «Программа лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области».

Объектом исследования бакалаврской работы является туристический потенциал Амурской области.

Предметом исследования бакалаврской работы является развитие туристического потенциала Амурской области.

При написании бакалаврской работы были использованы следующие

методы исследования: сравнительный, статистический, графический методы, описание, исследование общественного мнения, метод экспертных оценок.

Теоретической основой исследования послужили научные труды отечественных ученых, посвященные проблемам развития туристического потенциала в регионе, а также нормативные и правовые акты, регламентирующие развитие туристического потенциала Амурской области.

Эмпирической базой является отчетность Министерства экономического развития и внешних связей Амурской области, отчетность Туристско-информационного центра Амурской области, а также официальные статистические данные.

Практическая значимость исследования заключается в разработке проекта «Программа лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области», позволяющего достичь комплекса социально-значимых результатов. Внедрение данного проекта позволит повысить туристическую привлекательность региона, а также создать дополнительную мотивацию для посещения туристических маршрутов Амурской области.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, двух разделов и заключения.

В первом разделе бакалаврской работы раскрыты теоретические основы развития туристического потенциала в регионе.

Во втором разделе бакалаврской работы содержится комплексный анализ, позволивший диагностировать проблемы, а также определить возможные направления их решения с учетом имеющегося потенциала.

1 ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕГИОНЕ

1.1 Понятия и сущность туристического потенциала в регионе

Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, которая на региональном уровне обеспечивает создание новых рабочих мест и повышение уровня жизни населения. Именно поэтому развитие туристического потенциала региона на данный момент является одной из актуальных тем исследования.

Туристический потенциал региона – это совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на определённой территории.

Цель развития туристического потенциала на региональном уровне – улучшение туристической инфраструктуры и продвижение уникальных природных, культурных и исторических достопримечательностей региона для привлечения туристов и создания всесезонного разнообразного отдыха.

Основными задачами развития туристического потенциала региона являются:

- развитие инфраструктуры: строительство и модернизация аэропортов, железнодорожных станций, автомобильных дорог и морских портов;

- улучшение средств размещения: создание и реновация отелей, хостелов, гостевых домов и кемпингов;

- продвижение туристических маршрутов: разработка новых маршрутов и экскурсии, включая активный туризм, экологический туризм, культурный туризм и т.д.;

- привлечение иностранных туристов: продвижение региона на международных туристических рынках, организация информационных туров для зарубежных туроператоров;

- повышение квалификации кадров: организация тренингов и семинаров для работников туристической сферы по улучшению сервиса и

качества услуг;

- разработка образовательных программ: организация курсов и мастер-классов по изучению истории, культуры и традиций региона для туристов и местного населения;

- создание туристических информационных центров: обеспечение доступности информации о регионе, его достопримечательностях, маршрутах и предложениях для туристов.

Реализация функций позволит, используя соответствующие принципы и методы, обеспечить протекание интеграционных процессов, выявить и эффективно использовать потенциалы региона, в том числе синтезированные (диверсификации, связности, организации и т.д.), гибко реагировать на изменения процессов, протекающих в системе.

- Функция прогнозирования направлена на определение вероятных целей устойчивого функционирования и развития туристического потенциала в регионе и вероятностных путей достижения цели.

- Функция планирования выражается в разработке программ, планов развития туристической привлекательности с учетом программ и планов социально-экономического развития региона, нормативно-правовой базы, маркетинговой стратегии и рекламной кампании, формировании благоприятной инвестиционной политики и т.д.

Государственные программы для развития туристического потенциала направлены на создание благоприятных условий для привлечения инвестиций, развитие инфраструктуры и повышение конкурентоспособности туристической отрасли. Они включают в себя разработку и реализацию стратегий, предоставление субсидий и грантов, а также поддержку малого и среднего бизнеса в сфере туризма.

Одной из основных государственных программ является Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». Она направлена на создание и развитие туристских кластеров, повышение качества услуг и формирование

комфортной туристической среды. Программа предусматривает финансирование из федерального бюджета, а также привлечение частных инвестиций.

Ещё одна важная государственная программа – национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Он включает в себя три федеральных проекта: «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма». Цель национального проекта — увеличение количества путешествий внутри страны, создание новых рабочих мест и повышение вклада отрасли в экономику.

– Функция регулирования направлена на устранение возникающих и потенциальных отклонений от заданной программы.

– Функция регулирования проявляется особенно ярко в текущем управлении развитием туристического потенциала в регионе – туристский комплекс должен удовлетворить потребности туристов с заданным качеством и в требуемом объеме.

– Функция организации предусматривает обоснование и выбор элементов управляемой и управляющей подсистем, а также установление пространственно-временных и причинно-следственных связей между ними.

– Функция контроля включает в себя определение степени соответствия процесса плановым показателям.

– Функции учета и анализа служат для оценки управляемой и управляющей систем с целью разработки мероприятий, позволяющих повысить эффективность управления. На основании данных учета реализованных мероприятий производится сопоставление фактических результатов с плановыми.

Туристический бизнес может стать одной из ведущих отраслей экономики региона и способствовать увеличению экспортных поступлений. За последние годы отмечается рост внутреннего туризма. Места размещения, имеющиеся в регионах, по данным Федеральной службы государственной

статистики, заполняются в среднем не более чем на 35 процентов.¹ Туристы тратят деньги на различные товары и услуги в регионе, что может оказать значительное влияние на экономику региона в целом. Кроме того, туризм может стимулировать развитие инноваций и становления новых бизнес-моделей для местных предпринимателей.

Оценка туристического потенциала может быть проведена путем анализа различных экономических показателей. Она может включать анализ объема ВВП, экспортных поступлений, количества рабочих мест и доходов местных жителей. Кроме того, оценка может включать анализ социокультурных показателей, таких как сохранение культурного наследия, улучшение условий жизни местных жителей и укрепление социальных связей в сообществе².

В научной литературе выделяют несколько основных теоретических подходов к изучению развития туристического потенциала.

Первый подход – это системный, который предполагает развитие туристического потенциала как сложной системы, состоящей из множества элементов и подсистем. Этот подход позволяет анализировать взаимосвязи между различными аспектами туристической деятельности, такими как инфраструктура, природные ресурсы, экономика и культура.

Второй подход – это функциональный анализ, который рассматривает туристический потенциал как инструмент для достижения определенных целей, таких как развитие экономики, улучшение благосостояния населения, сохранение культурного наследия и природных ресурсов.

Третий подход – институциональный, который изучает правовые, организационные и управленческие аспекты развития туристического потенциала. Он помогает определить оптимальные модели управления

¹ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

² Котельников Д.А. Развитие туристской отрасли в регионах Российской Федерации: влияние пандемии и механизм восстановления // Известия ЮгоЗападного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. — 2022. — Т. 12. — № 2. — С. 124.

туристической отрасли, а также разрабатывать нормативные акты, регулирующие туристическую деятельность.

1.2 Методические подходы к оценке и формированию туристического потенциала региона

Туристический потенциал региона является широко используемым и достаточно проработанным научным термином, активно используемым в современной исследовательской литературе. В большинстве случаев оценка туристского потенциала территорий проводится не в качестве самоцели, а как неотъемлемая часть разработки региональных программ развития туризма.

При разработке региональных программ развития туризма используют четыре основных методологических подхода к оценке туристского потенциала территории.

Первыми и наиболее разработанными в настоящее время являются методы, разработанные в рамках рекреационного подхода, который включает:

- 1) общие сведения об объекте (площадь, численность жителей, географическое положение);
- 2) ландшафтные характеристики и природно-рекреационные ресурсы (реки, озера, возвышенности, гидроминеральные ресурсы);
- 3) памятники исторического и культурного наследия (исторические достопримечательности, места исторических событий);
- 4) инфраструктуру туризма (транспорт, связь, ресторанно-гостиничное хозяйство, лечебно-оздоровительные пункты, центры спортивного туризма).

Вторым методологическим подходом к обоснованию туристского продукта является экономическая оценка рекреационных ресурсов, историко-культурного наследия исследуемых объектов, состояния их материально-технической базы.

Третья группа методов разработана в рамках маркетингового подхода. Его сущность заключается, прежде всего, в анализе сегментов

предполагаемого рынка. Стоимость туристских путевок и численность субъектов пребывания дают основание для выявления оптимальной прибыли путем варьирования этими показателями.

Четвертый методологический подход – межотраслевой. Начальным пунктом разработки является общая характеристика территории (площадь территории, численность населения, его структура и т.д.). Для оценки территориальные данные следует сравнить с областными или общероссийскими.

Следующим пунктом в разработке программы является оценка состояние экономики. Здесь необходимо дать общую характеристику основных отраслей территории и выявить их полезность или негативное воздействие с точки зрения туризма.

Оценка туристского потенциала предполагает использование определенных инструментов (методов). Каждому из подходов присущи как строго свои методы, так и общие методы³.

Эффективность управления туристическим потенциалом региона определяется как степень сбалансированности туристической привлекательности региона и реализации его пропускной способности (степень загрузки производственных мощностей)⁴. Эффективное управление туристическим потенциалом региона осуществляется региональными органами государственной власти. В соответствии с этим исследование проводится в три последовательных этапа.

Этап 1: Определение туристского продукта. На основании проведенной оценки принимается решение о том, что именно регион будет продавать потенциальным посетителям.

Существует несколько сценариев продажи регионального туристического продукта:

1) Регион может придерживаться продажи какого-либо одного

³ Региональное управление и территориальное планирование: учебник и практикум для вузов: в 2 ч. / Ю. Н. Шедько [и др.]. – М.: Юрайт, 2020. – Ч.1. – С. 205.

⁴ Каххори Ш.А., Шулькина Т.М. Туристический потенциал территории и его маркетинговая оценка// Молодой ученый. – 2015. – №10.2 – С. 68-73.

продукта в течение длительного периода времени.

2) Регион придерживается продажи образа, сформировавшегося за период их исторического развития.

3) Регион осуществляет туристские продажи за счет участия в каком-либо ежегодном событии или использования известной достопримечательности.

Недостаточная известность территории или ее достопримечательностей требует от чиновников или предпринимателей формирования новых услуг или инфраструктуры, являющихся мощным стимулом для приезда путешественников.

Выбрать туристский продукт или особый объект привлечения туристов для продажи будет легче, если принять во внимание следующие факторы:

1) Одно и то же муниципальное образование может выходить на рынок с разными туристскими продуктами для различных континентов.

2) Туристские продукты могут быть предложены туристам после того, как они придут, или храниться в резерве для последующих маркетинговых кампаний.

3) Выбор продукта, сделанный в начале формирования программы развития туризма, может некоторое время рассматриваться как временный.

Этап 2: Инвентаризация ресурсов. На втором этапе необходимо создать каталог ресурсов, доступных туристам внутри территории. Следует определить основные достопримечательности административной территории, плюсы и минусы ее имиджа, гостиничные и транспортные возможности, финансовая политика, особые достоинства, спортивные возможности туристов, доступность самого района (близость трассам федерального значения), цены и т.п.

Требуется разработка всеобъемлющего перечня услуг, которые предоставляются в настоящее время, а также тех, которые могут ожидать в течение ближайших лет. Необходимо провести тщательную ревизию перечня ресурсов.

Этап 3: Анализ рынка. Туристский внутренний рынок состоит из двух основных элементов:

- 1) потребители туристских услуг;
- 2) поставщики туристских услуг.

Потребитель туристских услуг (турист) – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания 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, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания⁵.

Поставщики туристских услуг (провайдеры):

а) Туристские средства массовой информации. Средства массовой информации оказывают сильное влияние на всех туристов. Туристские средства массовой информации включают в себя прессу туристской индустрии, газеты и специализированные журналы, телевизионные и радиопрограммы, путеводители и сайты. Основная задача туристских СМИ – наиболее полное дистанционное информационное обеспечение потенциальных туристов.

б) Перевозчики и средства размещения. Так как туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое, то необходимо содействие компаний, предоставляющих услуги по перевозке. Выбор перевозчика и средства размещения зависит от вида транспорта, который планируется использовать для организации обслуживания туристов, средства размещения – от основной цели тура, а также от желаемого уровня обслуживания.

в) Турагенты. Они занимаются выпиской билетов, бронированием мест в гостиницах, организацией аренды автомобилей и составлением маршрутов для обеспечения комфортного путешествия.

⁵ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изм. и доп. от 23.03.2024 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

г) Туроператоры. Они продают основные компоненты своих туров туристическому потоку по фиксированным ценам напрямую или через турагентов. Оптовики договариваются с поставщиками туристских услуг о снижении стоимости фиксированного тура до максимально возможного уровня. После включения прибыли для себя туроператоры выставляют цену пакета услуг для покупателей в сумме, которая, как они надеются, будет и привлекательной, и конкурентной.

1.3 Система управления развитием туристического потенциала региона

Исполнительным органом, осуществляющим деятельность в сфере развития туристического потенциала, являлось Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Однако в 2022 году его устранили по Указу Президента, а его функции передали в Министерство экономического развития Российской Федерации.

Среди передаваемых функций – выработка и реализация государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере развития туристической привлекательности и туристской деятельности, координация деятельности по реализации приоритетных направлений госрегулирования туристской деятельности, оказание государственных услуг, управление государственным имуществом.

Второй блок передаваемых функций связан с осуществлением государственного контроля за деятельностью аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей, аттестацию инструкторов-проводников, а также за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма.

На данный момент Минэкономразвития РФ разработало «дорожную карту» развития туризма до 2025 года⁶. Поправки затронут разные виды туризма, включая круизный, горный и экстремальный, а также деятельность

⁶ Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 17.10.2023).

туроператоров и объектов размещения.

В настоящее время проект «дорожной карты» направлен на согласование в федеральные органы исполнительной власти. По итогам его рассмотрения, до конца 2023 года планируется сформировать финальный документ, работа по которому рассчитана на два года. Всего документ содержит 27 инициатив, которые упрощают требования для туристического бизнеса, снижают издержки бизнеса.

Они затрагивают гостиничную сферу, горнолыжный туризм, работу туроператоров, а также круизных и экскурсионных компаний. Среди инициатив – меры по упрощению создания объектов придорожного сервиса, регистрации гостей в отелях, устранение дефицита заправок для водного транспорта, допуск туристов к управлению снегоходами и мотовездеходной техникой при наличии водительского удостоверения.

Туристическая отрасль с точки зрения управления является выгодной сферой, так как она менее чувствительна к циклическим колебаниям; спрос на услуги этой сферы постоянен, и даже имеет тенденцию к быстрому увеличению. Государственная политика в данной сфере играет важную роль в формировании благоприятного инвестиционного климата, развитии инфраструктуры, создании условий для привлечения иностранных туристов и повышения конкурентоспособности национального туристического продукта.

Основные задачи государственной политики в сфере развития туристического потенциала включают:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- формирование привлекательного туристического образа страны на международном рынке;
- содействие развитию малого и среднего предпринимательства в туристической отрасли;
- поддержка развития инфраструктуры туризма (транспорт, гостиницы, рестораны, развлекательные объекты);

- защита и сохранение культурного и природного наследия страны;
- внедрение инноваций и развитие цифровых технологий в туризме;
- повышение квалификации и профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма;
- стимулирование участия бизнеса в развитии туризма на региональном и местном уровнях;
- привлечение иностранных инвестиций в строительство объектов туристической инфраструктуры.

Цели государственной политики в области развития туристического потенциала определяются в зависимости от приоритетов экономического развития страны, ее географического положения и исторических особенностей.

Для регулирования туристической отрасли органы государственной власти используют ряд инструментов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Инструменты государственного регулирования развития туристического потенциала в регионе

Нормативно-правовая база в сфере туристического управления представляет собой совокупность законов, правил, стандартов и других нормативных актов, которые регулируют и контролируют деятельность туристических организаций, а также определяют права и обязанности

туристов. Эта система обеспечивает прозрачность и безопасность туристической отрасли, а также способствует ее развитию и процветанию.

Основой нормативно-правовой базы в туризме является Конституция Российской Федерации, которая гарантирует право каждого гражданина на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства. В соответствии с Конституцией, Федеральный закон «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» определяет основные принципы и направления государственной политики в области туризма, устанавливает права и обязанности участников туристического рынка, определяет порядок предоставления туристических услуг.

В нормативно-правовую базу туристического управления также входят следующие законы и нормативные акты:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий⁷.

Закон устанавливает:

- права и обязанности туриста во время совершения путешествия;
- что реализация туристских услуг осуществляется на основании договора, который заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству РФ, в том числе законодательству в области защиты прав потребителей;
- правила обеспечения безопасности туризма⁸.

2. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» – регулирует отношения между потребителями и

⁷ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

⁸ Там же.

исполнителями туристических услуг, устанавливает ответственность за нарушение прав потребителей⁹.

Закон устанавливает:

- права потребителей на приобретение туристических услуг;
- надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды;
- получение информации о туристических услугах;
- просвещение, государственную и общественную защиту интересов потребителей туристических услуг;
- механизм реализации этих прав¹⁰.

3. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» устанавливает:

- правовые, организационные и экономические основы социального обслуживания граждан в Российской Федерации;
- полномочия федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере социального обслуживания граждан, в том числе в сфере туризма;
- права и обязанности получателей социальных услуг;
- права и обязанности поставщиков социальных услуг;
- порядок и условия получения лицензий для туристических операторов и туристических агентств¹¹.

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» (с учетом изменений от 14 июля 2023 г.)¹².

⁹ О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹⁰ Там же.

¹¹ Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹² Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

Там изложены стратегические приоритеты государственной программы и основные средства её реализации.

Стратегические приоритеты программы:

1) Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счёт создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках.

2) Усиление социальной роли туризма и увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации.

Для достижения целей программы предусмотрено решение следующих задач:

– совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма, а также создание территориальных планов развития туризма;

– государственная поддержка туристских инвестиционных проектов;

– создание условий для отдыха и оздоровления всех категорий граждан, в том числе инвалидов, людей с ограниченными возможностями здоровья и людей, находящихся в трудной жизненной ситуации;

– разработка и запуск цифровых решений, направленных на защиту прав потребителей, повышение прозрачности отрасли;

– продвижение национального и региональных туристских продуктов на приоритетных мировых туристских рынках;

– упрощение визовых формальностей для иностранных туристов, въезжающих на территорию Российской Федерации.

5. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «О Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»¹³. Стратегия направлена на увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии страны и отдельных субъектов Российской

¹³ О Стратегии развития туризма в в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

Федерации.

В нормативно-правовом акте изложены цели реализации Стратегии:

– комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счёт создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках;

– усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации¹⁴.

А также основные задачи Стратегии:

– создание конкурентоспособного туристского продукта Российской Федерации;

– стимулирование спроса и повышение доступности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и внешнем рынках;

– совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма с учётом тенденций развития туристской отрасли;

– совершенствование системы управления туризмом в Российской Федерации, в том числе системы сбора, обработки и анализа статистических данных о развитии туризма¹⁵.

¹⁴ Нормативные правовые и иные акты в туристической сфере Амурской области [Электронный ресурс] // Amurobl.ru: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 21.03.2024).

¹⁵ Там же.

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Оценка туристического потенциала Амурской области

На сегодняшний день туризм – это одна из самых перспективных и доходных отраслей, основанная на использовании экономического, культурного и природного потенциала региона. Рекреационные ресурсы уже долгие годы являлись источником экономического роста многих территорий, но сейчас, когда мир пережил пандемию, закрытие границ и запреты на путешествия, со снятием ограничений эту сферу ждет по истине второе дыхание; туристические потоки хлынут во всех направлениях и важно будет правильно использовать имеющиеся ресурсы и преимущества¹⁶.

Регион обладает достаточно высоким туристическим потенциалом. Для оценки туристического потенциала данного воспользуемся рекреационным подходом. Развитие туристического потенциала стимулирует развитие сразу нескольких отраслей хозяйства: строительства, торговли, производства товаров народного потребления и т.д.

Амурская область входит в состав Дальневосточного федерального округа (далее – ДФО). Располагается Амурская область на юго-востоке Российской Федерации. На юге проходит государственная граница с Китайской Народной Республикой. На западе Амурская область граничит с Забайкальским краем, на севере – с Республикой Саха (Якутия), на востоке – с Хабаровским краем и Еврейской автономной областью. По площади территории (361,9 тыс. км²) Амурская область занимает 7 место среди регионов ДФО (5,2 % территории ДФО) и 14 место среди регионов Российской Федерации (2,1 % территории Российской Федерации)¹⁷.

Административным центром город Благовещенск, расположенный на государственной границе. В состав Амурской области входят 5 муниципальных районов, 15 муниципальных округов, 9 городских округов,

¹⁶ Каххори Ш.А., Шулькина Т.М. Туристический потенциал территории и его маркетинговая оценка// Молодой ученый. – 2015. – №10.2 – С. 68-73.

¹⁷ Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 17.03.2024).

11 городских и 165 сельских поселений. По актуальным данным, численность населения Амурской области составляет 756 272 человека.

Одним из средств притяжения туристов в регион является богатство природного разнообразия. С этой целью на территории региона создают особо охраняемые природные территории – участки земли, где располагаются природные комплексы и объекты, имеющие особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. Так, для защиты природного многообразия в 2021 году на территории Амурской области был открыт национальный парк, а также два государственных природных заказника (таблица 1)¹⁸.

Таблица 1 – Информация об особо охраняемых природных территориях в 2020-2022 г.

Наименование	2020	2021	2022
Количество государственных природных заповедников, единиц	3	3	3
их общая площадь на конец года, гектаров	408369,0	408369,0	408369,0
Количество национальных парков, единиц	...	1	1
Количество государственных природных заказников, единиц	...	2	2

Заповедные зоны Амурской области (рисунок 2) включают Зейский, Хинганский и Норский государственные природные заповедники общей протяженностью 408 369 гектаров:

– Зейский заповедник расположен на востоке хребта Тукурингра и занимает площадь около 95 500 га. Здесь обитают такие млекопитающие, как изюбрь, косуля, лось, медведь и соболь, а также более 100 видов птиц и сибирская лягушка.

¹⁸ Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

байдарках по рекам Приамурья, альпинизм, пешие походы и горные восхождения.

Социально-экономическое развитие региона – один из ключевых аспектов анализа туристического потенциала. Экономический рост способствует улучшению инфраструктуры и услуг, что делает его более привлекательным для туристов. Развитие транспортной сети, строительство новых гостиничных комплексов, ресторанов, развлекательных объектов и других туристических объектов создает комфортные условия для посещения и проживания. Более того, рост уровня доходов населения может способствовать увеличению потребительского спроса на туристические услуги, что стимулирует развитие туристической индустрии.

Туристская инфраструктура Амурской области – комплекс отраслей, прямо или косвенно связанных с индустрией туризма: транспортное сообщение, историко-культурные достопримечательности, объекты отдыха и развлечений, предприятия общественного питания, региональные средства размещения.

В качестве одного из определяющих факторов для туристов при выборе региона выступает его транспортная доступность.

Амурская область обладает довольно развитой транспортной системой. Через территорию региона проходят такие железнодорожные пути как Транссибирская магистраль, Байкало-Амурская магистраль. Помимо этого, на территории области находится несколько аэропортов, один из которых имеет статус международного (Аэропорт «Игнатьево», г. Благовещенск)¹⁹.

Дорожная сеть области представлена преимущественно дорогами федерального значения, здесь проходит автомагистраль Москва-Владивосток. В 2019 году был построен автомобильный мост, соединяющий Амурскую область с Китайской Народной Республикой. На этапе строительства на данный момент также находится первая в мире

¹⁹ Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2035 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Амурской области 24 апреля 2023 г. № 381. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

трансграничная канатная дорога, связывающую Благовещенск и Хэйхэ²⁰.

Дорожное хозяйство является важнейшей составной частью транспортной системы Амурской области. Протяженность автомобильных дорог составляет 13,4 тыс. км, в том числе: федерального значения – 1,5 тыс. км; регионального значения – 5,7 тыс. км; местного значения – 6,2 тыс. км²¹. Показатели представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные показатели транспорта Амурской области за 2020-2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022
Эксплуатационная длина путей сообщения общего пользования (на конец года), км:			
железнодорожные пути	2920	2920	2920
автомобильные дороги с твердым покрытием (включая дороги необщего пользования)	13095	13222	13340,2
внутренние водные судоходные пути	2572	2572	2572
Перевезено пассажиров транспортом общего пользования, млн. человек:			
Железнодорожным	1,0	1,3	1,4
Автобусным	40,9	35,7	32,7
Пассажирооборот транспорта общего пользования, млн. пасс.км:			
Железнодорожного
Автобусного	394,0	539,6	525,7

Длина автомобильных дорог с твердым покрытием за анализируемый период увеличилась на 245 единиц и в 2022 году составила 13340,2 километров, прирост к 2021 году – 0,9%²².

Количество пассажиров, перевезенных железнодорожным транспортом, за период 2020-2022 гг. увеличилось на 0,4 миллиона и в 2022 году составило 1,4 миллиона человек, прирост к 2021 году – 7,1%.

Количество пассажиров, перевезенных автобусным транспортом общего пользования, за аналогичный период снизилось на 8,2 миллиона человек, значение на конец 2022 года – 32,7 миллиона человек, снижение к 2021 году – 8,4%.

²⁰ Соглашение РФ и КНР «О совместном строительстве моста через реку Амур (Хэйлуунцзян) в районе городов Благовещенск – Хэйхэ» от 26.06.95 N 655.

²¹ Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2030 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Амурской области от 24 апреля 2023 г. № 381. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

²² Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

Вместе с тем, пассажирооборот автобусного транспорта общего пользования увеличился – 525,7 миллионов пассажиро-километров в 2022 году (2020 год – 394 миллионов пассажиро-километров).

Остальные показатели в течение анализируемого периода оставались стабильными.

По данным таблицы 2 можно сделать вывод о непрерывном развитии транспортной системы региона. Наблюдается повышение интереса к Амурской области со стороны туристов, проживающих как внутри региона, так и в других регионах Российской Федерации. Наиболее предпочитаемые виды транспорта – личный автомобиль или поезд.

Другим важным аспектом туристкой инфраструктуры Амурской области является количество объектов розничной торговли и общественного питания (таблица 3)²³.

Таблица 3 – Количество объектов розничной торговли и общественного питания в Амурской области за период 2020-2022 гг.

Наименование	2020	2021	2022
Магазины	6388	6388	5666
Павильоны	931	931	948
Палатки	97	97	49
Киоски	258	258	254
Аптеки и аптечные магазины	253	253	251
Столовые, закусочные	229	229	229
Рестораны, кафе, бары	514	514	540

Несмотря на тенденцию к снижению впоследствии пандемии коронавирусной инфекции, на территории региона по состоянию на 2022 год расположено около 7 тысяч объектов розничной торговли, таких как магазины, киоски, торговые палатки и павильоны, а также порядка 1 тысячи объектов общественного питания – столовые, закусочные, рестораны, бары и кафе²⁴. Любители гастрономического туризма найдут здесь уникальные импортные товары и заведения с азиатским колоритом. В силу географических особенностей расположения Амурской области наиболее популярные заведения – кафе китайской или русско-китайской кухни.

²³ Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

²⁴ Там же.

Объекты отдыха и развлечений являются ключевыми привлекательными точками для туристов (таблица 4)²⁵. Посещение таких объектов обогащает туристический опыт и способствует разнообразию туристического предложения региона, поэтому их развитие и поддержка должны быть приоритетными задачами в стратегии туристического развития региона.

Таблица 4 – Количество объектов отдыха и развлечений Амурской области

Объекты	Количество, единиц.
Торгово-развлекательные центры	54
Турбазы	12
Санатории	9
Детские оздоровительные учреждения	270
Стадионы с числом мест для зрителей 1,5 тыс. и более	26
Спортивные залы	569
Плавательные бассейны	18
Плоскостные спортивные сооружения (площадки и поля)	1280

На территории Амурской области расположено 54 торгово-развлекательных центра (ТРЦ «Острова», ТЦ «Ледяной», ТРЦ «МЕГА», ТЦ «Большой», ТЦ «Фестиваль-парк», ТРЦ «Лимон», ТЦ «Свобода» и т.д.), 12 турбаз («Берлога», «Дача», «Золотой дракон», «Снежинка», «Метехи» и т.д.) 9 санаториев («Василек», «Колосок», «Белые горы», «Бузули», «Энергетик», «Свободный» и т.д.), более 270 детских оздоровительных учреждений, 26 стадионов («Амур», «Спартак», «Юность» и т.д.), 569 спортивных залов (ФОК имени Героя России Сергея Солнечникова, «Sportime», «АФК», Спортклуб КПРФ и т.д.), 18 плавательных бассейнов («Студенческий», «Надежда», «Олимп», и т.д.), более 1,2 тысяч плоскостных спортивных учреждений. Благодаря разнообразию объектов развлечений и отдыха возможностей каждый турист может найти активности по своему вкусу.

Регион богат и культурными достопримечательностями²⁶. На данный момент в Амурской области общее количество объектов культурного наследия всех видов и категорий составляет 1086 объектов, из них:

²⁵ Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

²⁶ Там же.

– 183 объекта отнесено к памятникам истории и культуры федерального (общероссийского) значения (из них 177 памятники археологии).

– 481 объектов отнесено к памятникам истории и культуры регионального (областного) значения;

– 422 объекта включены в Перечень выявленных объектов культурного наследия Амурской области (из них 413 археологических).

Немало важным аспектом оценки туристического потенциала является оснащенность региона учреждениями культуры (таблица 2). Деятельность культурных учреждений имеет тесную связь с туристической индустрией, предлагая специальные программы и мероприятия²⁷. Музеи Амурской области в рамках туристических туров организуют экскурсии, во время которых туристы могут познакомиться с экспонатами и узнать больше о истории и культуре региона. Театры проводят специальные представления для туристов, включая традиционные и современные спектакли, которые позволяют им погрузиться в местную культуру и атмосферу.

Кроме того, культурные мероприятия, такие как фестивали, выставки и концерты, часто становятся основными привлекательными точками для туристов.

Уровень обеспеченности региона учреждениями культуры представлен в таблице 5. За период с 2020 по 2022 года открылось 3 новых музея и 16 культурно-досуговых учреждений, что свидетельствует о росте интереса к культурным мероприятиям среди жителей²⁸. Это связано с реализацией на территории области Государственной программы «Развитие и сохранение культуры и искусства Амурской области», основная цель которой – повышение культурного уровня населения и увеличение спроса на культурные мероприятия²⁹.

²⁷ Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 21.03.2024).

²⁸ Там же.

²⁹ Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

Таблица 5 – Обеспеченность Амурской области учреждениями культуры по нормативам (2020-2022 гг.)

Показатель	2020	2021	2022	Норматив	% обеспеченности по состоянию на 2022 год
Театры	3	3	3	5	60
Музеи	18	22	22	55	40
Библиотеки	345	345	345	338	102
Культурно-досуговые учреждения	333	349	349	391	89
Концертные залы	1	1	1	1	100
Кинозалы	33	33	33	35	94

Динамика свидетельствует о положительных изменениях в культурной жизни региона: усредненное значение оснащенности Амурской области учреждениями культуры составляет 80,3 %. Регулярный анализ и мониторинг ситуации со стороны органов государственной власти позволяют выявить проблемные моменты и разработать эффективные меры по развитию культурной сферы, обеспечивая доступность культурных услуг для всех жителей области.

В Амурской области находится 192 коллективных средства размещения³⁰. По диаграмме можно сделать вывод, что несмотря на сложную эпидемиологическую обстановку, с 2020 года наблюдается устойчивый рост числа средств размещения (рисунок 3).

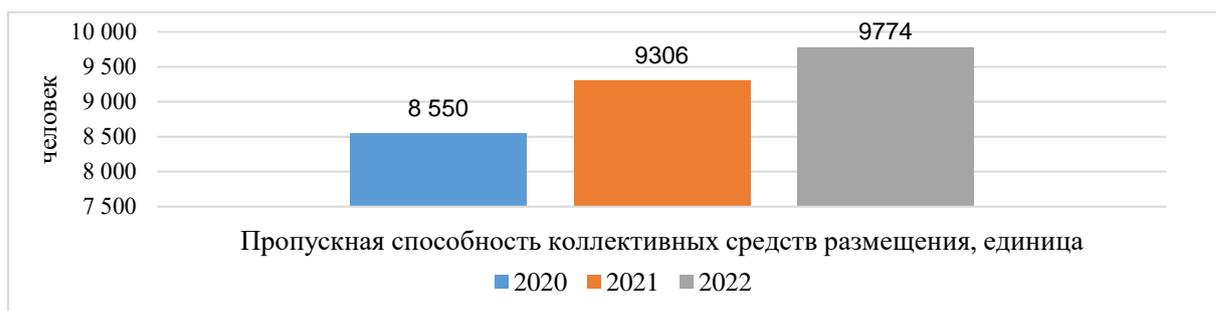


Рисунок 3 – Пропускная способность мест для приема туристов на объектах туристской в 2020 – 2022 гг.

Так, вместимость средств коллективного размещения Амурской области в 2022 составила 9774 места, рост к 2020 году – 1224 мест. В

³⁰ Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2030 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Амурской области от 24 апреля 2023 г. № 381. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

подтверждение сказанного обратимся к статистическим данным (рисунок 4)³¹.

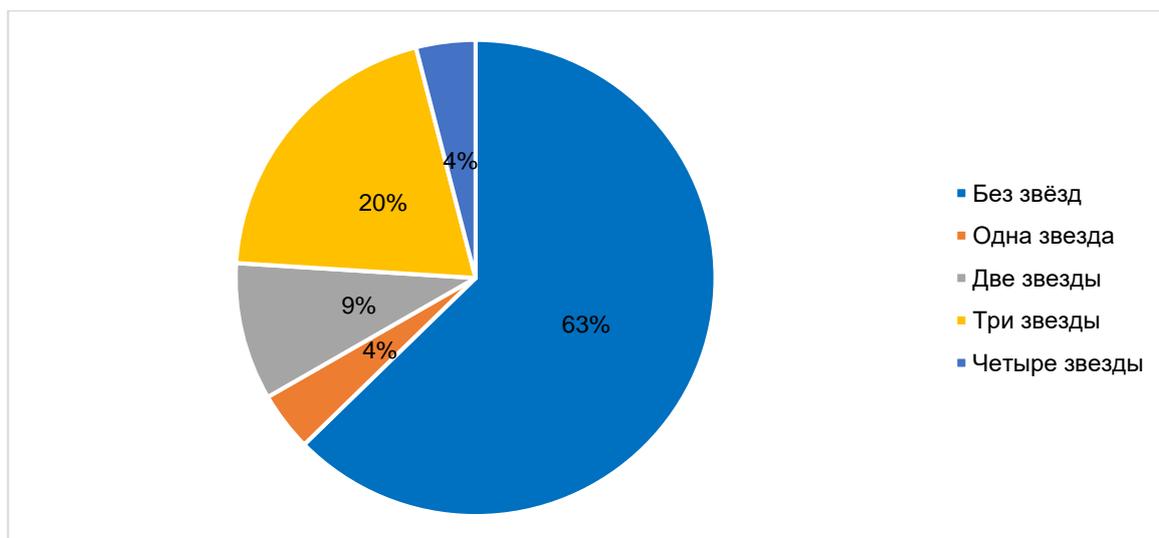


Рисунок 4 – Структура средств коллективного размещения Амурской области по их рангу

Наибольшую долю (63 %) от общего количества средств размещения (всего 75 объектов) занимают гостиницы и иные средства размещения без ранга (47 объектов). Около 20 % в структуре занимают средства размещения с рангом «3 звезды» (15 объектов). Объекты с рангом «2 звезды» занимают 9 %.

Равные доли (по 4 %) приходится на средства размещения с рангом «1 звезда» и «4 звезды» (по 3 объекта соответственно).

Въездной турпоток в регион в 2018 году составил 118 тыс. человек, увеличившись в 5,5 раз по сравнению с 2010 годом (в 2010 году – 25,5 тыс. человек), в том числе въезд из КНР (основной экспортер иностранных туристов в регион – около 98,0 %) – 116 тыс. человек (в 2010 году – 24,8 тыс. человек).

В 2019 году, до начала пандемии, внутренний туристический поток в Амурскую область сложился на уровне 310 тыс. человек (в 2010 году – 83,4 тыс. человек), при этом объем туристско-экскурсионных услуг отмечен в размере более 2 млрд. рублей (в 2010 году – 0,1 млрд. рублей).

³¹ Классифицированные объекты: Гостиницы и иные средства размещения [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2021. URL: <https://классификация-туризм.рф> (дата обращения: 18.03.2024).

Рост индекса потребительских цен на услуги в Амурской области является важным экономическим показателем, отражающим динамику изменения цен на услуги, которые потребители приобретают для своих нужд. Этот индекс оказывает существенное влияние на жизнь населения и состояние экономики региона в целом. Индексы потребительских цен на отдельные виды услуг представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Индексы потребительских цен (тарифов) на отдельные виды услуг за 2020-2022 гг.

	2020	2021	2022
Услуги	107,6	101,2	110,8
Бытовые услуги	107,8	105,1	116,4
Услуги пассажирского транспорта	133,6	100,1	96,6
Услуги связи	100,8	103,5	112,6
Жилищные и коммунальные услуги (включая аренду квартир)	105,1	99,1	111,5
в том числе:			
жилищные услуги	105,1	103,7	102,1
коммунальные услуги	105,1	97,2	114,2
Услуги организаций культуры	99,1	100,0	118,3
Санаторно-оздоровительные услуги	100,0	102,7	100,0
Медицинские услуги	105,1	106,0	112,1
Услуги физической культуры и спорта	105,6	102,3	102,1

В анализируемый период наблюдается устойчивый рост индекса потребительских цен. В 2022 году индекс потребительских цен составил 110,8 единиц, рост к 2021 году – 8,6 %. Рост цен на услуги оказывает негативное влияние на доступность социальных услуг, таких санаторно-оздоровительные, медицинские услуги, услуги организаций культуры, что может стать причиной снижения туристического потока.

Деятельность туристических фирм и туроператоров в Амурской области играет ключевую роль в развитии туризма и способствует привлечению туристов в регион. Туристический бизнес включает в себя широкий спектр услуг, начиная от организации туров и экскурсий до предоставления размещения, развлечений для посетителей. По данным Амурстата, туристическую деятельность на территории региона по состоянию на 2022 год осуществляют 54 туристических фирмы, 3 из которых

занимались туроператорской деятельностью, 5 – туроператорской и турагентской деятельностью одновременно, 36 – турагентской деятельностью. Благодаря их деятельности в Амурской области функционируют 86 туристических маршрутов, большинство из них – пешие. Основные показатели деятельности туристских фирм представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Основные показатели деятельности туристских фирм

	2020	2021	2022
Число туристских фирм (на конец года), всего, единиц	46	52	54
в том числе занимались:			
туроператорской деятельностью	2	4	3
туроператорской и турагентской деятельностью одновременно	14	13	5
турагентской деятельностью	30	35	36
Число реализованных населению туристских пакетов, всего, единиц	4228	4688	6966
Стоимость реализованных населению туристских путевок, всего, млн. рублей	293,2	551,6	872,3
Численность обслуженных туристов, всего, человек	11405	10126	12951

Как можно проследить, число реализованных населению туристских пакетов за анализируемый период увеличилось на 2738 единиц. Общая стоимость туристских пакетов на конец 2022 года составила 872,3 миллиона рублей, прирост к 2021 году – 58,1%.

Приоритетными направлениями развития в Амурской области являются событийный, экологический и промышленный туризм:

- Событийный туризм представлен крупными международными событиями мероприятиями в сфере туризма, культуры и спорта.

- Экотуризм представлен специализацией «Таежный туризм» с посещением экологических троп, наблюдением за животными и птицами. Проводится работа над созданием комфортной среды для туристов с учетом практики эко-проектов других регионов, в том числе глэмпинг-отелей. Разработан проект по созданию туристско-рекреационного кластера «Зоя – сердце тайги».

– Промышленный туризм представлен комплексом ключевых объектов: космодромом «Восточный», Зейской, Бурейской и Нижне-Бурейской ГЭС, АГПЗ и АГХК, предприятиями агропромышленного сектора и золотодобычи.

Исходя проведённого анализа можно утверждать, что Амурская область обладает значительным потенциалом для привлечения все большего количества туристов и развития туризма на территории региона, в том числе из Китайской Народной Республики. Уровень развития туристического потенциала в регионе претерпевает значительные положительные изменения. Создаются новые места притяжения и культурно-досуговые объекты, растёт число коллективных средств размещения, расширяются туристические маршруты.

Тем не менее, существует ряд факторов, препятствующих развитию регионального туристического потенциала. Эти проблемы в совокупности сказываются на низких темпах развития выездного и внутреннего туризма и на сокращении объёмов въездных туристических потоков.

Для проведения анализа по выявлению проблем в развитии туристического потенциала Амурской области воспользуемся методом SWOT-анализа как инструмента, который даёт максимально полное представление об объекте исследования (таблица 8).

SWOT-анализ позволяет сделать вывод о наличии проблем на текущем этапе развития туризма и выделить ряд проблем для последующего решения:

- 1) повышение информационного взаимодействия по территории Российской Федерации и в мире в целом;
- 2) создание конкурентоспособного регионального туристического продукта;
- 3) создание качественной современной туристической инфраструктуры;
- 4) необходимость в разработке методов развития туристического потенциала;
- 5) нехватка квалифицированных кадров.

Таблица 8 – SWOT-анализ развития туристического потенциала Амурской области

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1 Культурные особенности, которые находят отражение в объектах туристического притяжения.</p> <p>2 Наличие большого количества досуговых и культурных объектов.</p> <p>3 Создание больших туристских проектов по типу «Золотой мили».</p> <p>4 Приоритетность направления отражается в нормативных документах («Стратегия социально-экономического развития Амурской области на период до 2035 года», «Стратегия развития туристского кластера Амурской области», Региональной государственной подпрограммы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Амурской области»).</p>	<p>1 Недостаточный уровень развития туристического потенциала в целом.</p> <p>2 Небольшое количество «мест притяжения» в регионе.</p> <p>3 Климатические условия, создающие дополнительные трудности при создании и эксплуатации туристических объектов.</p> <p>4 Слабое продвижение регионального туристического продукта.</p>
Возможности	Угрозы
<p>1 Возможность участия в федеральных программах развития туризма.</p> <p>2 Привлечение инвесторов из других территорий РФ и из Китая с целью создания и модернизации объектов туристской инфраструктуры в целях развития туристического потенциала.</p> <p>3 Большой интерес федерального центра к Амурской области в целом создает дополнительные условия для развития региона.</p>	<p>1 Наличие рядом территорий с развитым туристическим потенциалом.</p> <p>2 Невозможность вовремя устранять износ большого числа объектов туристской инфраструктуры, что понижает туристическую привлекательность.</p>

2.2 Анализ деятельности министерства экономического развития и внешних связей по формированию и развитию туристического потенциала Амурской области

Исполнительным органом власти, осуществляющим управление формированием и развитием туристического потенциала в регионе, является Министерство экономического развития и внешних связей Амурской области (далее – Министерство). За последние три года в рамках своей компетенции Министерство курирует реализацию ряда мероприятий, направленных на развитие регионального туризма³². Среди них:

³² Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 17.03.2024).

1) «Развитие туризма» – приоритетное направление в реализации Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2035 года. В работе уже находятся крупные проекты, способные создать условия для наращивания внутреннего и въездного туристических потоков:

– туристско-рекреационный кластер «Восточный» с уникальными объектами туристской инфраструктуры на участке «Золотой мили»;

– трансграничная канатно-подвесная дорога через реку Амур, отель международного уровня, многофункциональный центр со спортивным и культурными объектами – станут ядром внутреннего и международного туризма;

– открытие пассажирского направления по автомобильному мосту через реку Амур в районе городов Благовещенск (РФ) – Хэйхэ (КНР) позволит развивать регулярные пассажирские перевозки и международный автотуризм с КНР;

– наличие двух крупнейших рек Амура и Зеи способствуют развитию экскурсионных туров водными видами транспорта, а также развитию межрегионального речного круиза;

– строительство горнолыжной базы, гоночного комплекса, центра технических видов спорта, скалодрома и ипподрома в г. Благовещенске и Благовещенском муниципальном округе обеспечат развитие новых спортивных видов туризма.

2) Региональная государственная подпрограмма «Развитие внутреннего и въездного туризма в Амурской области». В рамках реализации подпрограммы созданы организационно-экономические и правовые условия для формирования туристско-рекреационного кластера «АМУР». В кластере разработаны принципы и механизмы взаимодействия между предприятиями туристского кластера (рисунок 5), органами государственной власти, потребителями услуг кластера и научными сообществами, включая стандарты и правила осуществления деятельности на территории Амурской области.

3) Проект «Земля для туристов». Министерство совместно с оперативным штабом при Управлении Росреестра по Амурской области ведет работу по реализации данного проекта. На сегодняшний день принято решение о включении в перечень объектов, представляющих туристский интерес в регионе, чтобы максимально реализовать туристический потенциал региона в различных сферах.

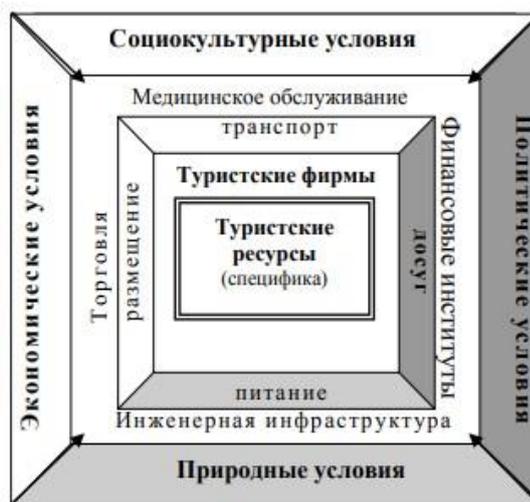


Рисунок 5 – Модель туристского кластера

4) Повышение качества услуг. Деятельность Министерства предусматривает оказание государственной поддержки предприятиям, участникам туристского кластера, в обучении, прохождении обязательной и добровольной сертификации, а также привлечение и подготовка высококвалифицированного персонала в области управления гостиничным и туристическим бизнесом.

5) Создание конкурентного турпродукта. При поддержке Министерства проводится активный маркетинг территории в пределах Российской Федерации и иностранных государствах, разрабатываются брендовые туристские маршруты, туристский календарь.

Для обеспечения наиболее эффективного развития туристического потенциала на территории региона в 2020 году на базе АНО «Агентство Амурской области по привлечению инвестиций» создан Туристско-

информационный центр Амурской области (Далее – ТИЦ)»³³. С 01.01.2023 ТИЦ функционирует как самостоятельное структурное подразделение Министерства экономического развития и внешних связей Амурской области.

Основная цель ТИЦ – формирование комфортной информационной среды и благоприятных условий для развития внутреннего и въездного туризма в Амурской области.

Основные задачи ТИЦ:

1) Информирование гостей и жителей Амурской области о туристических возможностях региона, средствах размещения и транспортной системе, экскурсионных услугах, туристических объектах, маршрутах и событиях, проходящих на территории региона;

2) Продвижение региона, как туристической дестинации в ходе деловых и конгрессно-выставочных мероприятий;

3) Развитие туристического потенциала Амурской области, популяризация регионального турпродукта в средствах массовой информации и его продвижение на российском и международном туристских рынках;

4) Консолидация информационной работы различных участников туристского рынка в целях оказания качественных информационно-справочных, туристских и деловых услуг;

5) Содействие в формировании и продвижении туристического продукта и маршрутов.

За последние три года процент достижения показателей по развитию туристического потенциала региона неуклонно растет. Так, в 2023 году отмечается достижение и перевыполнение семи основных показателей (таблица 9), что отражает эффективность деятельности структурного подразделения³⁴.

³³ Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 03.04.2024).

³⁴ Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурстат. - Б., 2023. - 192 с.

Таблица 9 – Отчет о достижении значений показателей Туристско-информационного центра по состоянию на 31.12.2023

№ п/п	Наименование показателя	Плановое значение показателя	Достигнутое значение показателя по состоянию на отчетную дату	Процент выполнения плана
1.	Количество модернизаций туристического портала Амурской области в целях обеспечения его функционирования	Не менее 2	2	100
2.	Создание инфраструктуры на ключевых туристических маршрутах (изготовление туристических фотозон, информационных стоек, носителей наружной рекламы, цифровых информационных стоек, входных зон маршрутов и др.)	Не менее 4	4	100
3.	Количество проведенных мероприятий	Не менее 8	8	100
4.	Количество разработанных макетов, рекламной и информационно-справочной полиграфической продукции о туристических ресурсах и объектах туристской индустрии	Не менее 10	10	100
5.	Количество публикаций о туристических ресурсах, объектах туристской индустрии и туристических продуктах, обзоров текущей деятельности (мероприятия, аналитические отчеты и т.п.) в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (https://amur-travel.ru)	Не менее 100	106	106
6.	Количество опубликованных материалов о туристических ресурсах, объектах туристической индустрии и туристических продуктах в средствах массовой информации	Не менее 130	134	103
7.	Количество презентаций туристического потенциала региона в ходе конгрессно-выставочных и иных мероприятий	Не менее 7	10	142

Ключевым инструментом для развития туристического потенциала

региона является мультиязычный портал visitamur.ru (Далее – Портал)³⁵. Он предоставляет собой яркую, современную и удобную площадку, где собрана вся необходимая информация для туриста (рисунок 6). Путешественники могут познакомиться с главными достопримечательностями региона, изучить действующие туристические маршруты, увидеть анонсы событийных мероприятий, а в разделе «Рекомендуем» присмотреть «горячие» новинки сезона. Информация представлена на русском, английском и китайском языках.

Главная задача Портала – информирование россиян и иностранных туристов о возможностях туризма и отдыха в Амурской области, продвижение внутреннего туризма и готовых туристических продуктов. Информация на портале структурирована в несколько блоков: «приключения», «новости», «туры», «события», «карта»³⁶.

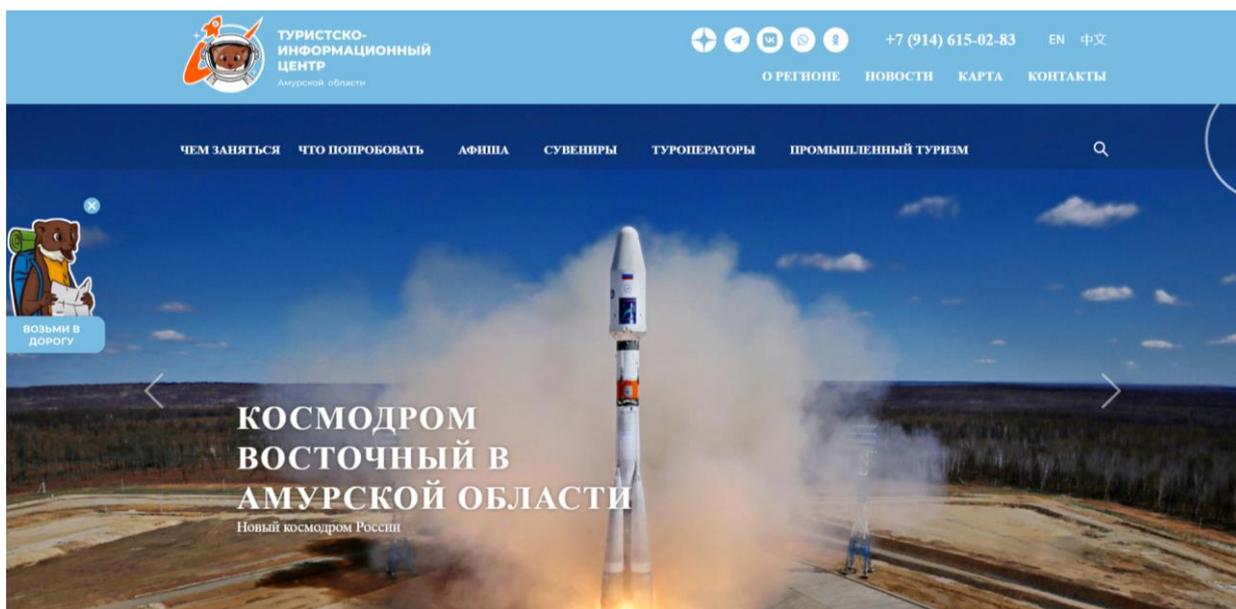


Рисунок 6 – Главная страница Портала ТИЦ Амурской области

Портал содержит подробные описания туристических объектов, фотографии и отзывы посетителей, что облегчает выбор места для отдыха и помогает спланировать путешествие. Там можно найти информацию о культурных мероприятиях, фестивалях и событиях, которые проходят в

³⁵ Портал Правительства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 24.12.2001. URL: <https://www.amurobl.ru> (дата обращения: 03.04.2024).

³⁶ Там же.

регионе, действующих туроператорах и гостиницах региона, что делает посещение Амурской области насыщенным и разнообразным.

Портал активно продвигается в социальных сетях и на других платформах, что позволяет охватить широкую аудиторию потенциальных туристов. Это способствует повышению узнаваемости региона и привлечению новых туристов, желающих познакомиться с уникальной природой, культурой и историей Амурской области.

В 2023 году доля посещений сайта в категории «Переходы из поисковых систем» составила 87,9% от общего числа, рост в сравнении с 2022 годом – 45,3% (рисунок 7). Данные изменения связаны с постоянной оптимизацией работы сайта, а также с успешной рекламной кампанией Портала: для продвижения туристического продукта активно используются социальные сети. В 2022 прекратил работу инстаграм-аккаунт, для коммуникации с населением выбран новый канал-социальная сеть Телеграм (https://t.me/amur_travel). Уже к концу года 2023 года, благодаря непрерывной работе удалось обеспечить прирост подписчиков до 5 000 человек. Также продолжается работа в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники».

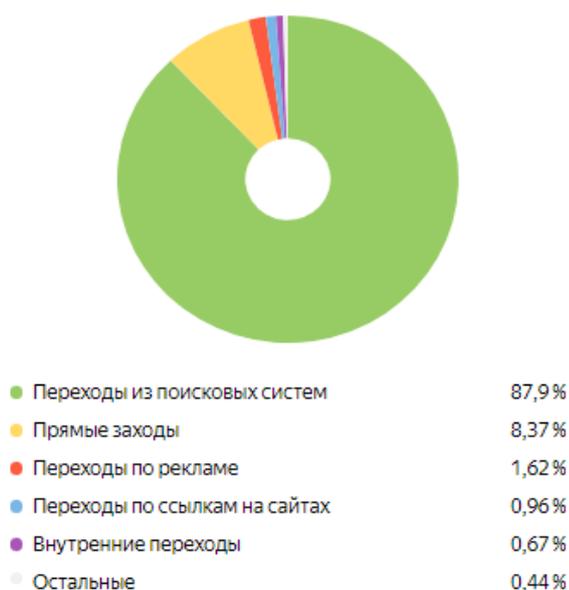


Рисунок 7 – Распределение трафика по каналам Портала в 2023 году

Так, по сравнению с декабрем 2022 года посещаемость выросла на 2033

перехода. Значительно увеличилась посещаемость сайта из поисковых систем – пик посещаемости пришелся на июль 2023 года – 7 987 посетителей, в среднем же посещаемость составила 6569 визитов. Всего за 2023 год зафиксировано 75 598 посетителей сайта – относительно 2022 года количество посещений увеличилось на 22%.

В 2023 году в Туристско-информационный центр Амурской области поступило 1214 обращений, рос 276 % к 2022 году (439 обращений – 2022 год, 418 обращений – 2021 год). Главным каналом коммуникации стали сайт и Бот сайта VisitAmur, а также социальные сети (WhatsApp, Telegram, VK).

Как можно проследить по данным диаграммы (рисунок 8), использование социальных сетей позитивно влияет на количество граждан, заинтересованных в развитии регионального туристического потенциала.

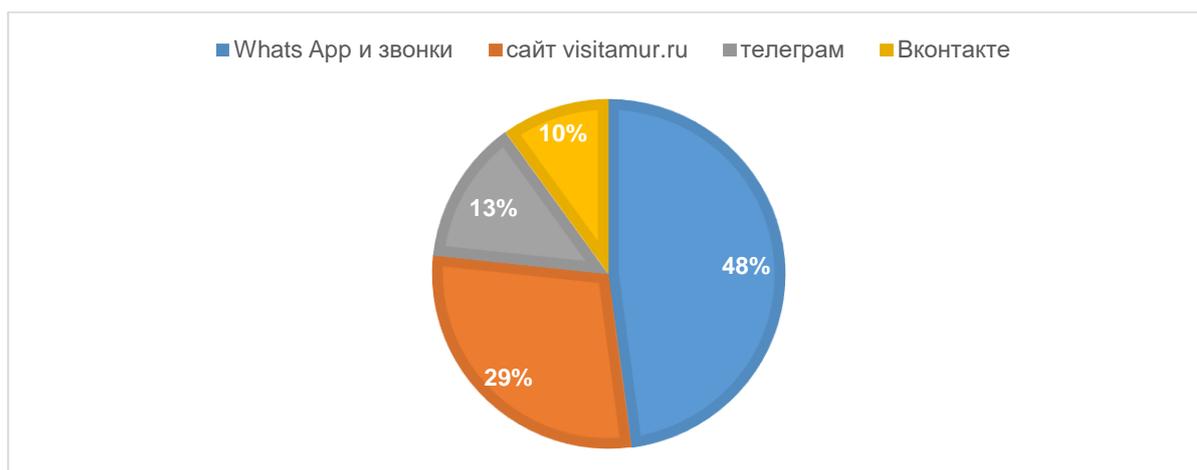


Рисунок 8 – Обращения в ТИЦ Амурской области по информационным каналам

В таблице 10 дополнительно произведен количественный учет обращений в разрезе социальных сетей за 2023 год.

Таблица 10 – Учет обращений за 2023 год в разрезе социальных сетей

Тип обращения	Количество обращений
ВК	47
Телеграм	63
Бот сайта VisitAmur	136
Телефон (входящие звонки и WhatsApp)	926
Почта	42
Итого:	1214

В Министерстве экономического развития и внешних связей региона отметили, что в Амурской области развиваются практически все виды туризма. А особое внимание за последнее время приковано к турам на промышленные предприятия. В 2023 году по итогам II Всероссийской туристической премии Russian Travel Awards Амурская область признана лучшим регионом страны по развитию промышленного туризма.

Таким образом, с помощью принятых мер за 2021-2023 годы удалось восстановить допандемийный туристический поток. Регион посетило более 400 тысяч гостей из России и зарубежья. Сохранить и приумножить этот показатель во многом можно только через создание или обновление туристической инфраструктуры, а также постоянное совершенствование выстраиваемой системы в рамках намеченной траектории развития.

2.3 Разработка проекта «Программа лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области»

Основными инструментами для развития туристического потенциала региона являются не только проводимые мероприятия, но и использование информационных каналов, главным из которых является Портал. Так как его основная задача – информирование и увеличение числа пользователей, а также повышение узнаваемости региона, то необходимо привлечь активных пользователей сайта, а также новых потенциальных потребителей туристических услуг. Одним из способов комплексного обеспечения развития туристического потенциала является разработка на базе личного кабинета Портала программы лояльности «АмурТурБонус».

Разработка программы лояльности в данном случае – это процесс создания системы вознаграждений и поощрений для действующих и потенциальных туристов, которая позволит повысить уровень привлекательности региона для потребителей и создать мотивацию для повторного посещения. Такой метод не только будет способствовать развитию туристического потенциала региона и расширению числа пользователей портала, но и продвижению регионального туристических

продуктов, представленных в Приложении А.

Полный срок реализации составит три года, включая не только внедрение программы лояльности, но и возможность отследить динамику роста туристического потока для последующей оценки эффективности данного метода.

Основной целью выступает развитие туристического потенциала Амурской области в рамках проводимых мероприятий и действующих туристических маршрутов с учетом создания дополнительной системы мотивации в виде программы лояльности, увеличение туристического потока, продвижение регионального туристического продукта.

Таблица 11 – Паспорт проекта «Разработка программы лояльности «АмурТурБонус» для амурских туристов»

Название проекта	Программа лояльности «АмурТурБонус»
Цель проекта	Развитие туристического потенциала Амурской области с помощью внедрения программы лояльности
Сроки реализации	2024-2026
Заказчик проекта	Туристско-информационный центр Амурской области
Ожидаемые эффекты	1) Повышение туристической привлекательности региона; 2) Увеличение туристического потока в регионе 3) Продвижение регионального туристического продукта 4) Создание дополнительной системы мотивации для посещения Амурской области

Механизм реализации проекта представлен на рисунке 9. Всего механизм подразумевает выполнение семи последовательных шагов. Каждый из них характеризуется определёнными действиями для успешной разработки программы лояльности на базе Портала.

Шаг первый: определение целей и задач программы лояльности: построение ожиданий касательно эффекта от внедрения программы лояльности.

Например, увеличение туристического потока в регионе, привлечение новых пользователей портала или повышение удовлетворённости действующих туристов.



Рисунок 9 – Механизм реализации проекта «Разработка программы лояльности «АмурТурБонус» для туристов Амурской области»

Шаг второй: выбор формата программы лояльности: выбор один из основных форматов программ лояльности, таких как бонусные программы, многоуровневые программы или программы, ориентированные на ценности.

Шаг третий: разработка условий программы лояльности: определение правил начисления бонусов, условия перехода на новые уровни и требования для получения наград.

Шаг четвертый: создание системы накопления баллов: разработка системы, по которой клиенты будут накапливать баллы за покупки, участие в акциях или выполнение других условий программы.

Шаг пятый: внедрение программы лояльности: запуск программы лояльности на базе Портала или в мобильной версии приложения (находится на этапе разработке), предоставление клиентам доступа к личному кабинету и возможности отслеживать свой прогресс.

Шаг шестой: проведение рекламных акций и маркетинговых кампаний: использование различных каналов коммуникации, такие как email-рассылки, социальные сети и контекстная реклама, для продвижения программы

лояльности и привлечения новых участников.

Шаг седьмой: анализ результатов и корректировка программы: регулярно отслеживание показателей эффективности программы лояльности, такие как количество участников, средний чек и уровень удовлетворённости клиентов. На основе полученных данных необходимо внести корректировки в программу лояльности для её улучшения.

Внедрение программы лояльности ориентировано на практическую полезность, что способно значительно повысить уровень туристической привлекательности Амурской области. Уровень мотивации и эффективность деятельности при этом останутся стабильно высокими.

Итак, внедрение проекта на уровне Амурской области включает в себя несколько основных этапов.

- оптимизация Портала. Здесь необходимо рассмотреть возможности внедрения регистрации в личном кабинете пользователя для обеспечения информационной доступности о правилах будущей программы лояльности, отслеживания результатов и мониторинга начисления бонусов;

- определение цели внедрения программы по технологии SMART. После постановки цели нужно определить последовательность шагов для создания программы лояльности «АмурТурБонус»;

- выбор типа программы лояльности, удовлетворяющий заданным требованиям. На данном этапе необходимо определить специфику методов поощрения, их вид, размер и способы получения, выгоды от внедрения программы;

- составление схемы взаимодействия. Это алгоритм действий, который должны совершить пользователи для получения бонусов. Главное, соблюдать правило – чем проще механика, тем лучше для потребителя услуги. В личном кабинете выбирается туристический маршрут из каталога действующих в Амурской области. По ходу маршрута турист сканирует заранее размещенные кьюар-кода на заданных точках, после чего оставляет соответствующую отметку в личном кабинете о посещении. После полного

прохождения туристического маршрута предусмотрено начисление бонусов, которые можно обменять на подарки (брендовая продукция Амурской области, купоны на скидку в кафе китайской кухни, промокод на скидку для размещения в гостинице и т.д.);

– работа с техническими решениями. Проводятся необходимые мероприятия по внедрению программы лояльности в алгоритмы Портала для минимизации рисков возникновения ошибок в работе сайта и системы начислении бонусов;

– запуск программы лояльности. Программу лояльности нужно продвигать, чтобы увеличить количество участников программы, а также привлечь новых пользователей портала;

– аналитика и доработки. После запуска и присоединения достаточного количества пользователей проводится сбор и анализ сведений о том, как они взаимодействуют с программой. По результатам промежуточной оценки работы программы на постоянной основе разрабатываются наиболее эффективные методы решения существующих проблем.

Таким образом, по завершении внедрения программы лояльности можно получить новый инструмент для эффективного развития туристического потенциала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последние годы Амурская область активно развивает туристический потенциал, привлекая все больше путешественников. Этот процесс включает в себя развитие туристской инфраструктуры, обеспечение информационной доступности, принятие мер по увеличению туристических потоков.

Туристический потенциал является одним из ключевых секторов экономики Амурской области, способствуя развитию инфраструктуры, созданию рабочих мест и увеличению благосостояния региона. В связи с этим, управление развитием туризма становится стратегически важным направлением для местных властей и бизнеса.

Амурская область с точки зрения туристического потенциала является очень привлекательной территорией в силу его географических и историко-культурных особенностей. Но для дальнейшего роста и развития необходимо осуществлять дальнейшее комплексное развитие.

В ходе анализа были выявлены следующие проблемы:

- 1) проблема повышения информационного взаимодействия по территории Российской Федерации и в мире в целом;
- 2) проблема создание конкурентоспособного регионального туристического продукта;
- 3) проблема создание качественной современной туристической инфраструктуры;
- 4) нехватка квалифицированных кадров;
- 5) потребность в привлечении туристов посредством внедрения новых инструментов.

Для минимизации проблем развития туризма был разработан вариант решения, которое поможет создать дополнительную мотивацию для туристов для посещения региона – создание программы лояльности «АмурТурБонус» для амурских туристов. Таким образом, выполнение намеченных мероприятий внесет значительный вклад в экономическое и социокультурное развитие Амурской области. Будет способствовать притоку в область иностранных туристов, приведет к укреплению материально-технической базы туризма, расширению многообразия и инструментов развития

регионального туристического потенциала, окажет стимулирующее воздействие на другие отрасли, внесет существенный вклад в совершенствование Портала ТИЦ Амурской области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Административные регламенты министерства экономического развития и внешних связей Амурской области [Электронный ресурс] // amurobl.ru: офиц. сайт. – 24.12.2001. – Режим доступа: <https://www.amurobl.ru>. – 11.02.2024.
- 2 База данных показателей муниципальных образований [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. – 2010. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst10/DBInet.cgi#1>. – 27.09.2023.
- 3 Благодир А. Л. Виды внутреннего туризма: правовые основы и направления развития – М.: Издательство Юрайт, 2023. – С. 315.
- 4 Граждан, В.Д. Государственная гражданская служба / В.Д. Граждан. – М.: Юркнига, 2019. – 547 с.
- 5 Дальний Восток: природа и туризм [Электронный ресурс]: <https://visitamur.ru/> – 25.11.2023.
- 6 Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс] <https://fedstat.ru/indicator/31579> – 21.02.2024.
- 7 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2023. – 256 с.
- 8 Инвестиционный портал Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа: <http://invest.amurobl.ru/>. – 27.09.2023.
- 9 Инфраструктура [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия: офиц. сайт. – 2005. – Режим доступа: <https://bigenc.ru/economics/text/2016338>. – 29.09.2023.
- 10 Кабанов, В.Н. Принципы размещения объектов социальной и транспортной инфраструктуры в региональных документах стратегического планирования / В.Н. Кабанов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2018. – № 3.
- 11 Каххори Ш.А., Шулькина Т.М. Туристический потенциал

территории и его маркетинговая оценка// Молодой ученый. – 2015. – №10.2 – С. 68-73.

12 Каххори Ш.А., Шулькина Т.М. Туристический потенциал территории и его маркетинговая оценка// Молодой ученый. – 2020. – № 10.2 – С. 68-73.

13 Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 320 с.

14 Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 06.10.2022 г.) [Электронный ресурс] // Consultant.ru: офиц. сайт. – 17.12.1996. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399. – 15.09.2023.

15 Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма. – М.: КноРус, 2019. – 272 с.

16 Котлярова, С. Н. Проблемы стратегического планирования развития производственной и социальной инфраструктуры / С. Н. Котлярова // Дискуссия. – 2018. – № 5(90). – С. 32-40.

17 Макеева, Д.Р. Экономика туризма России на современном этапе: отвыездного туризма к ориентированному на внутренний рынок / Д.Р. Макеева // Вопросы региональной экономики. – 2015. – №1. – С. 39-48.

18 Межрегиональная ассоциация экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Дальний Восток и Забайкалье»/ Развитие туристско-рекреационного комплекса и продвижение региона на рынке туристских услуг в субъектах РФ-членах Ассоциации [Электронный ресурс]: <http://assoc.khv.gov.ru/best-practices/3181> – 12.02.2024.

19 Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/> – 21.10.2023.

20 Мироненко Н.С. Рекреационная география// М.: Издательство Московского университета. – 2020. – 207 с.

21 Михайлова Е.В. Приграничный туризм в российско-китайском побережье// Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. – 2015. – №3. – С. 437-451.

22 Мишурова, И.В. Повышение роли делового туризма в общей структуре туристских потоков // Научный вектор. – 2022. – С. 233–235.

23 Национальный туристический портал [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2023. – Режим доступа: <https://russia.travel>. – 02.11.2023.

24 Новостной портал «АмурИнфо»/ В Амурской области хотят создать новый заказник и объединить в один два действующих [Электронный ресурс]: <https://www.amur.info/news/2020/06/05/173928> – 12.02.2024.

25 Новостной портал «АмурИнфо»/ Четырехзвездочный отель, храм и терминал канатной дороги: какой будет «Золотая миля» Благовещенска [Электронный ресурс]: <https://ampravda.ru/2020/03/19/094678.html> – 12.02.2024.

26 О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

27 О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]: указ Президента Российской Федерации от 07 мая 2018 г. № 204. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

28 О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. [Электронный ресурс]: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> – 24.10.2023.

29 Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

30 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

31 Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

32 Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2030 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Амурской области от 24.04.2023 № 381. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

33 Овешникова, Л.В. Способы и приемы стратегического планирования и прогнозирования региональной инфраструктуры / Л.В. Овешникова // Вестник государственного и муниципального управления. – 2019. – № 1.

34 Отраслевые документы стратегического планирования [Электронный ресурс] // Правительство Российской Федерации: офиц. сайт. – 2019. – Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/625/events>. – 20.10.2023.

35 Перечень классифицированных гостиниц и иных средств размещения в Амурской области [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития и внешних связей Амурской области: офиц. сайт. – 2023. – Режим доступа: <https://economy.amurobl.ru/pages/turizm/> – 20.10.2023.

36 Подведомственные учреждения министерства культуры Амурской области [Электронный ресурс] // amurobl.ru: офиц. сайт. – 24.12.2001. – Режим доступа: <https://www.amurobl.ru>. – 13.03.2024.

37 Полезная информация о путешествиях по Амурской области [Электронный ресурс]: <https://visitamur.ru/> – 29.10.2023.

38 Портал Правительства Амурской области/ В 2018 году вырос туристический поток на китайском направлении [Электронный ресурс]: https://www.amurobl.ru/posts/news/v-2018-godu-vyros-turisticheskiy-potok-na-kitayskom-napravlenii/?sphrase_id=4361995 – 21.03.2024.

39 Портал Федерального Агенства по туризму/ Амурская область

[Электронный ресурс]: <https://tourism.gov.ru/regions/?fedokr=105&freg=253> – 13.03.2024.

40 Правительство Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2001. – Режим доступа: <https://www.amurobl.ru>. – 25.10.2023.

41 Природа – заповедники Амурской области [Электронный ресурс]: <https://visitamur.ru/> – 27.10.2023.

42 Региональное управление и территориальное планирование: учебник и практикум для вузов: в 2 ч. / Ю. Н. Шедько [и др.]. – М.: Юрайт, 2020. – Ч.1. – 205 с.

43 Региональный проект «Развитие туристической инфраструктуры (Амурская область)» [Электронный ресурс] // amurobl.ru: офиц. сайт. – 24.12.2001. – Режим доступа: <https://www.amurobl.ru>. – 17.04.2024.

44 Романенкова О.Н. Маркетинг территорий. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 262 с.

45 Самые интересные виды туризма в Приамурье [Электронный ресурс]: <https://visitamur.ru/> – 25.11.2023.

46 Симутина Н.Л., Рыжова Н.П. Экономическое и социальное взаимодействие на трансграничном пространстве Благовещенск-Хэйхэ // Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук. – 2007. – №5. – С. 130-144.

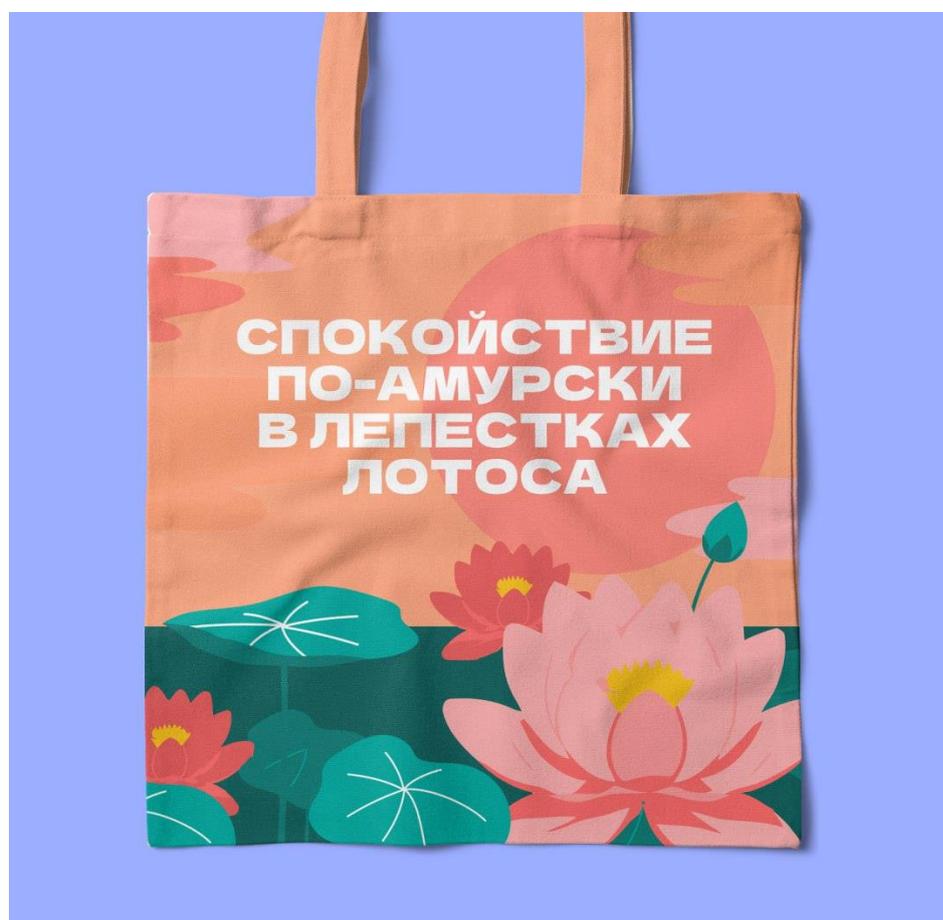
47 Стахова Л.В. Основы туризма: учебник для вузов – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 327 с.

48 Туристско-информационный портал Амурской области Visit Amur [Электронный ресурс]: <https://visitamur.ru/> – 27.10.2023.

49 Туристский потенциал территории: оценка, развитие и продвижение – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 343 с.

50 Центр кластерного развития Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2020. – Режим доступа: <https://amurcluster.ru>. – 14.10.2023.

ПРИЛОЖЕНИЕ А – Примеры брендовой продукции Амурской области



Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А – Примеры брендовой продукции Амурской области

