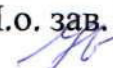


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.04.02 – Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы «Международный туризм»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
«17» июня 2024 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ


на тему: Развитие международного туризма в Амурской области: проблемы и перспективы

Исполнитель
студент группы 234-ом



И.В. Шпак

Руководитель
доцент



Е.А. Царевская

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Рецензент
доцент




Н.А. Чалкина

Благовещенск 2024

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

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
« 07 » июня 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации студентки Шпака Игоря Владимировича

1. Тема магистерской диссертации: Развитие международного туризма в Амурской области: проблемы и перспективы

(утверждено приказом от 06.03.2024 № 632-уч)

2. Сроки сдачи студентом законченной работы 10.06.2024

3. Исходные данные к магистерской диссертации: учебная литература, законодательные и нормативные акты, статистическая информация, интернет-источники

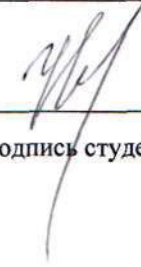
4. Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащих разработке вопросов):
Теоретические аспекты развития международного туризма; анализ современного состояния и тенденций развития международного туризма в Амурской области; разработка нового тура в сфере международного туризма в Амурской области для иностранцев

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрационного материала и т.п.): наличие таблиц, графиков, рисунков, схем, подтверждающих текстовый материал

6. Дата выдачи задания 07.03.2024 г.

Руководитель магистерской диссертации: Е.А. Царевская, доцент каф. МБиТ

Задание принял к исполнению (дата): 07.03.2024 г.


И.В. Шпак
(подпись студента)

РЕФЕАТ

Магистерская диссертация содержит 75 с., 30 источников литературы, 7 таблиц, 20 рисунков.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ, ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТОК, ТУРИЗМ, ТУРОПЕРАТОРЫ, ТУРАГЕНТЫ, НОВЫЙ ТУР.

Объектом исследования выбрана Амурская область, как один из регионов России, обладает потенциалом для развития международного туризма. Предметом работы – разработка нового туристического продукта, направленного на развитие въездного туризма в регионе.

Целью магистерской диссертации является формирование нового туристического продукта для развития въездного туризма в Амурской области.

В данной работе проведен анализ международного туризма в Амурской области. Разработан новый туристический продукт «Путешествие к двум культурам за неделю», проведен анализ безубыточности его производства и реализации.

В ходе исследования изучены и обобщены общая специальная литература, разработки ведущих специалистов в области международного туризма (Александровой А.Ю., Драчева Е.Л, Сенина В.С., Квартального В.А.), статистические сборники. Информационной базой стали статистические данные, интернет-источники.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Международный туризм: понятия и современные тенденции развития в мире	7
1.1 Международный туризм: основные понятия и классификация	7
1.2 Государственное регулирование туристической деятельности в России и за рубежом	18
1.3 Современные тенденции развития международного туризма в мире	23
2 Международный туризм в России и Амурской области: особенности, проблемы и тенденции развития	34
2.1 Состояние международного туризма в России: динамика, основные тенденции развития	34
2.2 Международный туризм в Амурской области: динамика, основные тенденции развития	42
3 Перспективы развития международного туризма в Амурской области	48
3.1 Характеристика туристического продукта «Путешествие к двум культурам за неделю»	48
3.2 Анализ безубыточности производства и реализации туристического продукта «Путешествие к двум культурам за неделю»	60
Заключение	70
Библиографический список	73

ВВЕДЕНИЕ

Развитие туризма в России и за рубежом, активное и закономерное участие в этом процессе различных организаций вызвали необходимость не только возникновения, становления и совершенствования в России разнообразных национальных и региональных форм организации туризма, но и усиление внимания к взаимным обменам, общению и поездкам, осуществляемым на международном уровне.

Международный туризм – важный источник доходов в казну любого государства. Он играет роль стимуляторов внутренней и мировой торговли. Во многих странах на долю туризма приходится от 20 % до 50 % ВВП, в России менее 1 %.

Россия располагает огромным туристическим потенциалом, но в год принимает не многим более 2,2 млн. туристов из-за рубежа. Причем это в 5 раза меньше, чем выезд российских граждан за рубеж с туристскими целями. Это негативно сказывается на сальдо платежного баланса по статье «услуги».

Развитие сферы туризма в России в целом определяет и тенденции ее развития в отдельных регионах страны. Так, в Амурской области импорт туристических услуг в 16 раз превосходит их экспорт, что негативно сказывается на экономике региона.

В то же время приоритетным направлением развития туризма в России является внутренний и въездной туризм. Амурская область, являясь приграничным регионом и обладая богатым туристским потенциалом, имеет возможности развития въездного туризма. Таким образом, исследование современного состояния и тенденций развития международного туризма в регионе является актуальным.

Целью магистерской диссертации является формирование нового туристического продукта для развития въездного туризма в Амурской области.

В связи с поставленной целью в работе необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты международного туризма;
- проследить современное состояние и развитие международного туризма в мире и Российской Федерации;
- провести анализ развития международного туризма в Амурской области;
- разработать новый туристический продукт, направленный на развитие въездного туризма в регионе.

В ходе исследования изучены и обобщены общая специальная литература, разработки ведущих специалистов в области международного туризма (Александровой А.Ю., Драчева Е.Л, Сенина В.С., Квартального В.А.), статистические сборники. Информационной базой стали статистические данные, интернет-источники.

1 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ: ПОНЯТИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В МИРЕ

1.1 Международный туризм: основные понятия и классификация

Как известно, возникновение туризма приходится на тот период развития общества, когда у человека появилась потребность в информации, а, следовательно, в путешествиях. На определенном этапе развития экономики, когда потребность в путешествиях резко возросла, появились и производители этих услуг. Это привело к формированию товара особого типа - туризма, который подлежит купле-продаже на потребительском рынке. Следовательно, началось формирование соответствующей материально-технической базы, наличия квалифицированных кадров по обслуживанию туристов и целенаправленного управления туристскими хозяйствующими субъектами. Все это обусловило необходимость организационного обособления туризма в самостоятельную отрасль народного хозяйства.

В Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму (10-14 апреля 1989 года) говорится: "туризм стал явлением, которое вошло в наши дни в повседневную жизнь сотен миллионов людей:

а) он включает все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а также сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений;

б) он представляет собой вид деятельности, имеющей важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившейся в важную форму использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей и политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций.¹

¹ INDRA-TOUR Словари компании: - Термины туризма, справочник туриста // INDRA-TOUR [Офиц. Сайт]. 2019. <http://www.indratour.net/dictionary?dict=1> (3.03.2024)

В настоящее время, наиболее распространенным понятием "туризма", получившим легализацию в правовых системах различных стран мира, является определение, сформулированное в 1993 году Статистической комиссией ООН для целей статистики туризма, а также Рекомендации по статистике туризма Всемирной туристской организации. Согласно данным документам туризм представляет собой деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями.

В Законе "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" туризм - это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания (ст.1)².

Таким образом, современное определение туризма можно сформулировать как временное перемещение населения из одного региона (района, города, страны) в другой, не связанное с переменой места жительства и работы, в целях отдыха, лечения, участия в культурных, научных и деловых встречах. При этом следует отметить, что такое понятие как "туристская индустрия" является более широким, так как включает в себя "совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций,

² Федеральный закон о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 5 февраля 2007 г. - <http://www.rg.ru/2007/02/09/turism-dok.html>

предоставляющих экскурсионные услуги гидов-переводчиков"³. Важно отметить, сегодня туристская индустрия, по данным ВТО, демонстрирует самый большой рост среди мировых экономических отраслей. Выручка международного туризма возрастает в среднем на 9 % ежегодно за последние 16 лет и в 2008 году она достигла 944 млрд. долларов⁴.

Далее выделим наиболее важные понятия, касающиеся сферы туризма. Итак, в международном туризме различают понятия “турист”, “посетитель”, “путешественник”. В основе различия этих понятий лежит показатель продолжительности пребывания в поездке в принимающей стране. Посещение считается туристским, когда минимальный срок путешествия в стране пребывания составляет 24 часа, а максимальный – год. К посетителям, путешественникам (экскурсант, визитер) относят лиц, совершающих поездки продолжительностью несколько часов и не предполагающих ночевки в стране пребывания (однодневные путешествия). Потребление в туризме определяется как стоимость туристских продуктов (товаров и услуг), используемых для непосредственного удовлетворения потребностей туриста или экскурсанта. Сюда относятся расходы посетителя на пакет услуг (турпродукт). В свою очередь, под туристским продуктом (турпродуктом) понимается совокупность вещественных (товара) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристского путешествия (поездки) и вызванных именно этим путешествием. В Законе РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" туристский продукт определяется как "право на тур, предназначенное для реализации туристу", а "тур - комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги,

³ Балабанов И.Т. Экономика туризма: Учеб. Пособие / И.Т.Балабанов, А.И. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 24.

⁴ Александрова А.Ю. Международный туризм/ А.Ю. Александровой. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С.121

предоставляемые в зависимости от целей путешествия"⁵.

Пакеты услуг (туры) состоят из:

- услуг размещения;
- услуг питания (включая напитки);
- услуг транспорта;
- трансфера (встречи, проводы, поднос или подвоз багажа и туриста до места проживания);
- организации и оказания экскурсионных, рекреационных, культурных и спортивных услуг;
- услуг по организации посещения магазинов;
- прочих услуг (оформление паспортов, виз, медицинских и ветеринарных сертификатов, проката автомобилей, страхования и др.).

При этом туристские услуги делятся на основные (включенные в договор и оплаченные посетителем) и дополнительные (оплачиваемые в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания).

Таким образом, тур — это комплекс услуг по размещению, перевозке и питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, включая услуги гидов-переводчиков и турменеджеров (руководителей групп), а также другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. Как правило, тур является первичной продажной единицей туристского продукта на туристском рынке, при этом на рынке находят также спрос и отдельные туристские услуги. Наиболее распространены следующие виды туров или полных комплексов услуг: инклюзив-тур и инсентив-тур.

Инклюзив-тур (inclusive tour, package tour)— путешествие, продаваемое туристскими фирмами в виде полного комплекса (пакета) услуг, включающего получение визы, перевозку, размещение в гостинице, питание, трансфер, экскурсионное обслуживание по маршруту путешествия. Инклюзив-туры организуются как для индивидуальных, так и для групповых

⁵ Федеральный закон Российской Федерации об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24 ноября 1996 года № 132 – ФЗ.

путешествий. Преобладающей формой путешествия является групповой туризм⁶.

Инсентив-тур представляет собой поощрительную поездку за счет фирмы, организуемую предприятием для своих работников за достижения в труде (например, за повышение общего объема продаж, эффективную рекламу, помощь в обучении персонала и т. д.).

Необходимо также отметить, что в туристской деятельности различают такие специфические разновидности туризма как специализированный (специализированный тур с целью изучения специфических особенностей того или иного места, для приобретения личного опыта, сдачи спортивных нормативов, активного отдыха) и альтернативный, получивший в последнее время распространение в связи с развитием информационных сетей. Здесь в качестве организатора путешествий выступает не туроператор, а сам турист, использующий рекламные материалы исполнителей отдельных туристских услуг и заказывающий эти услуги с помощью информационных сетей (интернета).

В любом случае путешествия проводятся по заранее выбранным маршрутам и программам пребывания и имеют определенную продолжительность и цель. В сфере туризма маршрут - это путь следования туриста, обозначенный перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов транспорта, используемых туристом для передвижения между пунктами остановок на маршруте. Начало маршрута — место оказания туристу первой туристской услуги, отворенной в договоре. Конец маршрута — место оказания последней туристской услуги⁷. Различают основные четыре вида маршрутов: линейные, кольцевые, радиальные и комбинированные виды маршрутов.

⁶ Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник / В.С. Сенин – М.: Финансы и статистика, 1999. – С. 10.

⁷ Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм /Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А. Рыбовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КНОРУС, 2005. – С. 20.

Линейный маршрут — путь следования по "прямой", например Санкт-Петербург — Москва.

Кольцевой маршрут — путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, например тур "Америка" (Нью-Йорк - Вашингтон - Атлантик-Сити - Филадельфия - Нью-Йорк) или тур "Золотое кольцо России" (Москва - Сергиев Посад - Ростов-Ярославский - Ярославль - Кострома - Иваново - Суздаль - Владимир - Москва).

Радиальный маршрут — путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, располагаясь в котором турист совершает путешествия в другие пункты пребывания, возвращаясь в пункт начала путешествия. Комбинированный маршрут включает в себя элементы всех вышеперечисленных маршрутов.

Как выше упоминалось, туризм является товаром особого вида, следовательно как и любой другой товар туризм можно импортировать в страну и экспортировать из нее. В связи с этим выделяют импорт и экспорт туристских услуг. Туристский импорт - это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны. Туристский экспорт - это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну⁸. Таким образом, когда платежи за реализацию услуг туризма, т.е. денежные потоки, идут в Россию, это означает экспорт туризма. Иностраный турист, приезжая в нашу страну, тратит свои деньги на удовлетворение своих туристских потребностей, которые ему предоставляет российская сторона, следовательно, Россия экспортирует опыт путешествий и деньги туриста остаются на ее территории. Одновременно это означает туристский импорт той страны, из которой турист вывозит деньги. При туристском экспорте (импорте) направление

⁸ Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм /Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А. Рыбовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КНОРУС, 2005. – С. 87.

денежного потока совпадает с направлением потока туристов (рисунок 1).

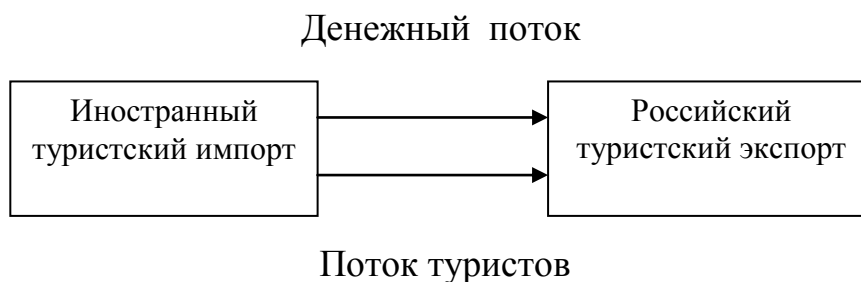


Рисунок 1 - Потоки в туристском экспорте (импорте).

Это главная особенность туристского международного обмена, так как при экспорте (импорте) товаров денежный поток и поток товаров движутся в противоположных направлениях (рисунок 2).

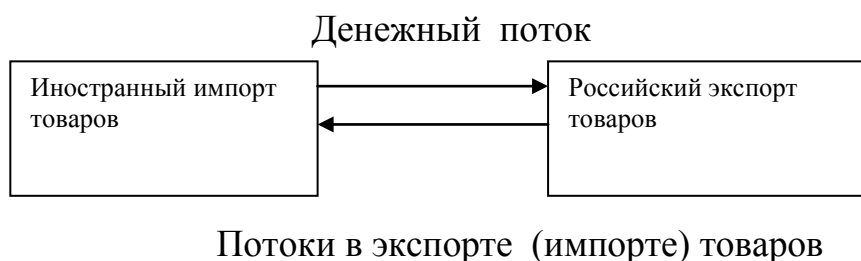


Рисунок 2 - Потоки в экспорте (импорте) товаров.

Важно отметить, что в зависимости от того или иного признака, положенного в основу деления "путешествий", существуют различные подходы к классификации туризма. Выделим основные.

Итак, согласно первому подходу туризм классифицируется по страновому признаку на внутренний и международный.

Внутренний туризм - это отечественный туризм, т.е. внутри своей страны. Некоторые страны устанавливают свое определение внутреннего туризма. Комиссия по национальным туристским ресурсам определяет внутреннего туриста как человека, который покидает место своего постоянного проживания с целью посещения места, расположенного не ближе 50 миль (80,48 км) от места проживания. Внутренний туризм может иметь различные профессиональные цели: развлечения, дневные перемещения, к месту работы и другое. Российское законодательство

определяет внутренний туризм как "путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации"⁹

Международный туризм - это туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Другими словами, международный туризм означает поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства, осуществляемые на основе межгосударственных договоров. Важно отметить, что международные туристские отношения оказывают влияние на межгосударственные отношения, регулируемые нормами международного публичного права. Так, например, отношения иностранных юридических лиц в сфере международного туризма регулируются нормами международного частного права, а отношения, возникающие при туристском обмене, которые не ограничиваются пределами одного из государств-участников подлежат гражданско-правовому регулированию. В связи с этим данной сфере возникают проблемы, связанные с применением законодательств.

Таким образом, международный туризм в отличие внутреннего туризма сопровождается пересечением государственной границы и является одной из форм внешнеэкономической деятельности страны, следовательно, доходы и расходы от туристической деятельности включены в платежный баланс государства.

В свою очередь международный туризм бывает въездной и выездной (рисунок 3).

Въездной туризм - это путешествия иностранных граждан в пределах государства, не проживающих постоянно на его территории.

Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих на территории какого-либо государства, в другую страну.

⁹ Квартальнов В. А. Иностранный туризм. - М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 32.



Рисунок 3 – Типы и категории туризма.

Международный туризм играет важную роль в мировых экономических отношениях, так как, во - первых, оборот международного туризма находится на третьем месте в мире после торговли нефтью и нефтепродуктами и экспорта автомобилей, а во - вторых, международный туристский обмен вносит значительный вклад в решение такой глобальной проблемы как поддержание мира.

Следующий подход связан со спецификой отражения финансовых результатов в бюджете страны или ее региона. По данному признаку выделяют активный и пассивный туризм.

Активным является приезд иностранных туристов в страну или отечественных туристов в данный регион страны. Активный туризм служит фактором ввоза денег (валюты) в страну или данный регион.

Пассивный туризм представляет собой путешествие граждан одной страны в другие государства и выезд туристов из данного региона страны и является фактором вывоза денег (валюты) из страны или данного региона.

Также согласно цели путешествия выделяют следующие разновидности туризма: рекреационный , познавательный , научный и деловой.

Рекреационный туризм совершается в целях отдыха, оздоровления и лечения. При этом пребывание граждан в специальных санаториях не

относится к туризму, так как санаторий это разновидность больницы.

Познавательный (культурный) туризм - путешествие в целях ознакомления с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами по определенной программе. Научный туризм - посещение конгрессов, симпозиумов с последующими экскурсионными поездками. И, наконец, деловой туризм (поездки бизнесменов с деловыми целями) представляет собой наиболее динамичный и доходный вид туризма¹⁰.

По характеру организации путешествия выделяют индивидуальный, групповой, организованный, самостоятельный (неорганизованный), стационарный, передвижной, социальный туризм. Путешествие человека (семьи) по собственному плану, включающему определение районов посещения, продолжительности остановок, условий ночлега, называется индивидуальным, а путешествие в составе группы по плану туристского хозяйствующего субъекта называется групповым туризмом. Путешествие одного или группы туристов по точному маршруту и регламенту, установленным туристским хозяйствующим субъектом, называется организованным туризмом. Данные туристы и туристский хозяйствующий субъект связаны между собой взаимными требованиями и обязательствами, так как они обеспечиваются комплексом туристских услуг по заранее приобретенной путевке на определенный срок (отдыхающие на турбазах, в санаториях, домах отдыха, по курсовкам). Путешествие одного или группы туристов, не связанных никакими взаимными обязательствами с туристским хозяйствующим субъектом, называется самостоятельным туризмом. Самостоятельный туризм - это путешествия с использованием активных способов передвижения, а стационарный туризм связан с постоянным местом размещения туриста на весь период действия туристской путевки (на морском берегу, турбазе и т.п.). Передвижной туризм - это туризм, связанный

¹⁰ Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: издательский дом Герда, 2001. – С. 55

с путешествием (круизы, туры), а социальный туризм - это путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством или профсоюзами на социальные нужды.

Также отметим классификацию туризма по форме сотрудничества на безвалютный и валютный обмен туристскими группами. Безвалютный обмен представляет собой взаимные поездки туристских групп на основе равенства предоставляемых услуг в течение определенного количества дней. Сотрудничество с туристскими хозяйствующими субъектами на валютной основе предполагает оплату предоставляемых услуг в валюте, оговоренной партнерами.

Учитывая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы: во - первых, туризм в настоящее время представляет собой не просто временное перемещение населения из одного региона (района, города, страны) в другой, а "межотраслевой комплекс социально - бытовой инфраструктуры". В связи с этим сформировалась целая туристская индустрия, в рамках которой выделяются такие понятия как турпродукт, туристская услуга, тур, маршрут, туристский импорт и экспорт. Основными видами возможных предложений на рынке туристских услуг являются, во-первых, тур - комплексная туристская услуга, предлагаемая фирмами, туроператорами (организаторами). Эта услуга может быть продана потребителю для личного пользования (в розницу), а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды. Во-вторых, отдельные туристские услуги, к которым можно отнести транспортные услуги, услуги размещения, услуги по оформлению заграничных паспортов и виз стран пребывания, страховку, экскурсионную программу, прокат автомобиля и так далее. В-третьих, товары туристского назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, путеводители, сувениры). В-четвертых, существуют различные подходы к классификации туризма. Согласно первому подходу туризм классифицируется по страновому признаку на внутренний и

международный. В свою очередь международный туризм бывает въездной и выездной. В связи со спецификой отражения финансовых результатов в бюджете страны или ее региона выделяют активный и пассивный туризм. Также согласно цели путешествия различают рекреационный, познавательный, научный и деловой туризм. По характеру организации путешествия выделяют индивидуальный, групповой, организованный, самостоятельный (неорганизованный), стационарный, передвижной, социальный туризм. По форме сотрудничества выделяю безвалютный и валютный обмен туристскими группами.

1.2 Государственное регулирование туристической деятельности в России и за рубежом

Туризм в силу вовлеченности в него огромного количества людей и ресурсов, не может оставаться без специальных правовых, организационных, экономических средств воздействия, том числе с целью ограничения отрицательных сторон конкуренции, а также обеспечения основ социальной защиты населения. Поэтому государственное регулирование туризма связано с необходимыми и достаточными требованиями, которые отражают интересы общества в целом.

В связи с этим, используя классификацию Ю.А. Тихомирова, можно выделить шесть групп методов государственного регулирования туризма как отрасли экономики.

В первую группу включаются методы общенормативного регулирования в сфере туризма:

- введение общих правил осуществления различных видов туристской деятельности (туристическое, гостиничное, экскурсионное обслуживание и т.д.;
- установление порядка создания, реорганизации и упразднения субъектов туристской деятельности;
- установление порядка деятельности органов публичной власти, осуществляющих государственное регулирование туризма.

Во вторую группу входят программно-установочные способы развития туризма:

- целевые программы развития туризма, адресные инвестиционные программы;

- концепции развития туризма, стратегии государственной политики в сфере туризма.

К третьей группе относятся легализующие средства осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в сфере туризма (лицензирование, аккредитация, сертификация).

В четвертую группу включаются способы нормативно-количественного измерения в сфере туризма (стандарты туристического обслуживания, цены на туристские услуги, нормативы, налоги, плата, ставки таможенных пошлин и т.д.).

В пятую группу входят способы поддержания уровня деятельности организаций туристской индустрии и их стимулирования (кредиты, льготы, отсрочки, госзаказ, протекционизм, антимонопольное регулирование и поддержка конкуренции).

И, наконец, в шестую группу включаются контрольно-учетные и “запретные” способы (учет, статистическая отчетность, проверки, запреты, ограничения, санкции, приостановление сделок, действий, актов).

Таким образом, государственное регулирование туристской деятельности осуществляется в форме создания нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии; содействия в продвижении турпродукта на внутреннем и мировом туристских рынках; установления правил въезда, выезда и пребывания на территории государства; создания благоприятных условий для инвестиций, налогового и таможенного регулирования. В рамках международного регулирования туристической деятельности под эгидой Всемирной туристской организации проводятся международные конгрессы, конференции, посвященные проблемам туризма. Экономическими и

административными механизмами поддержки развития туризма в ряде зарубежных стран являются:

- налоговые льготы, субсидии, дотации;
- национальные законодательные и нормативные акты, способствующие развитию туризма и защите прав потребителя туристских услуг;
- уменьшение паспортных и визовых ограничений при въезде в страну и выезде из нее;
- стимулирование внесезонного туризма путем различного рода скидок и льгот;
- развитие и поддержка социального туризма;
- усиление мер, принимаемых государством по сохранению окружающей среды, культурного и исторического наследия¹¹.

Ряд стран, среди которых Испания и Греция, предоставляют инвесторам льготные налоговый режим и ставку амортизационных отчислений, снижение налога с оборота. Предоставляются также таможенные льготы (вплоть до отмены пошлин) на ввоз оборудования для гостиниц и туристских транспортных средств. Страны Европейского союза проводят политику, направленную на уравнивание НДС на туристскую и гостиничную деятельность, сумма которого колеблется от 6 до 25 %. В Германии и Люксембурге установлен усредненный НДС в размере 5 %, в Дании и Швеции максимальный - 25% . В Австрии НДС на услуги размещения и питания установлен на уровне 10 %. В некоторых Европейских странах туристские организации пользуются льготными тарифами на коммунальные услуги. В большинстве случаев до 20 % заработанной турфирмами валюты освобождается от подоходного налога¹².

Основными целями государственного регулирования туристской

¹¹ Квартальнов В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 55.

¹² Александрова А.Ю. Международный туризм/ А.Ю. Александровой. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 240.

деятельности в России являются:

- обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан России, развитие международных контактов;
- охранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного потенциала страны, туристских ресурсов.

Приоритетными направлениями государственного регулирования признаются поддержка и развитие внутреннего и въездного туризма (путешествия граждан России и иностранных граждан в пределах Российской Федерации), а также социального и самодетельного туризма. Для достижения вышеперечисленных целей создана нормативно-правовая база. Основной составляющей является Федеральном закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” от 24.11.1996 г., определяющий принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирующий отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяющий порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации¹³¹⁴.

Также с целью содействия развитию взаимоправного и взаимовыгодного сотрудничества в области туризма Россия заключила межправительственные Соглашения о сотрудничестве в области туризма с

¹³ Федеральный закон Российской Федерации об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24 ноября 1996 года № 132 – ФЗ.

¹⁴ Федеральный закон о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 5 февраля 2007 г. - <http://www.rg.ru>

Австрией, Венгрой, Польшей, Францией, Японией, Таиландом и другими государствами, а также со странами СНГ. В настоящее время одной из ключевых задач государственной политики в сфере туризма является принятие нового Федерального закона "О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации".

Важно отметить, что для сферы российского туризма как и в любом другом государстве характерны недостатки законодательной и исполнительной деятельности. Во-первых, Россия сегодня является "крупнейшим импортером туристских услуг" - российские граждане ежегодно вывозят из страны приблизительно 11,5 млрд. долларов США (2,4 % от мирового импорта данного вида услуг¹⁵, в то время как туристский экспорт составляет лишь 4 млрд. долларов (менее 0,6 % мирового экспорта). По оценкам специалистов, это равносильно ежегодной потере десятой доли бюджета страны. Во-вторых, традиционно, основными способами государственной поддержки туризма являются:

- предоставление налоговых преференций и освобождений от уплаты налогов организаций и предпринимателей, развивающих внутренний и въездной туризм,
- выделение бюджетных средств на продвижение (маркетинг, рекламу, выставки и т.д.) внутреннего и въездного туризма,
- государственное финансирование наиболее значимых проектов в туристской индустрии, подготовки кадров для туризма;
- бюджетные субвенции и субсидии национальным перевозчикам, туроператорам и др., осуществляющим развитие внутреннего и въездного туризма. К сожалению, большинство из этих способов поддержки туризма пока еще не в полной мере применяются в нашей стране.

¹⁵ Богданова С. Туризм с национальным лицом // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2004. - № 9. – С. 62-63.

Предполагается, что туристическая отрасль перейдет к саморегулированию путем аккредитации турфирм при профессиональных объединениях, ассоциациях. Важно отметить, что закон о саморегулируемых организациях не принят, но такие организации существуют в настоящий момент. Например, это организации арбитражных управляющих или организации профессиональных игроков фондового рынка. Возможность применения саморегулирования в туристической отрасли вызывает сомнения. Деятельность арбитражных управляющих строго регламентирована федеральным законодательством, в том числе арбитражно-процессуальным кодексом, законом о несостоятельности и банкротстве. В туристической деятельности практически отсутствуют стандарты, не установлены принципы ответственности участников правоотношений, полностью отсутствует механизм финансовых гарантий, что может привести к возникновению “местных” правил, установленных соответствующими объединениями. Таким образом, аккредитация при саморегулируемых организациях будет значительно дороже и сложнее, чем лицензирование.

1.3 Современные тенденции развития международного туризма в мире

Как было отмечено ранее, туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. На сферу туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 10-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов¹⁶. По прогнозам специалистов 21 век станет веком туризма.

¹⁶ Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм /Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А. Рыбовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.

Согласно данным ВТО, общее число международных туристских прибытий за 2019 год составило почти 922 миллиона. Это на 241 миллион или на 35,38 % больше, чем в 2009 году (рисунок 4).

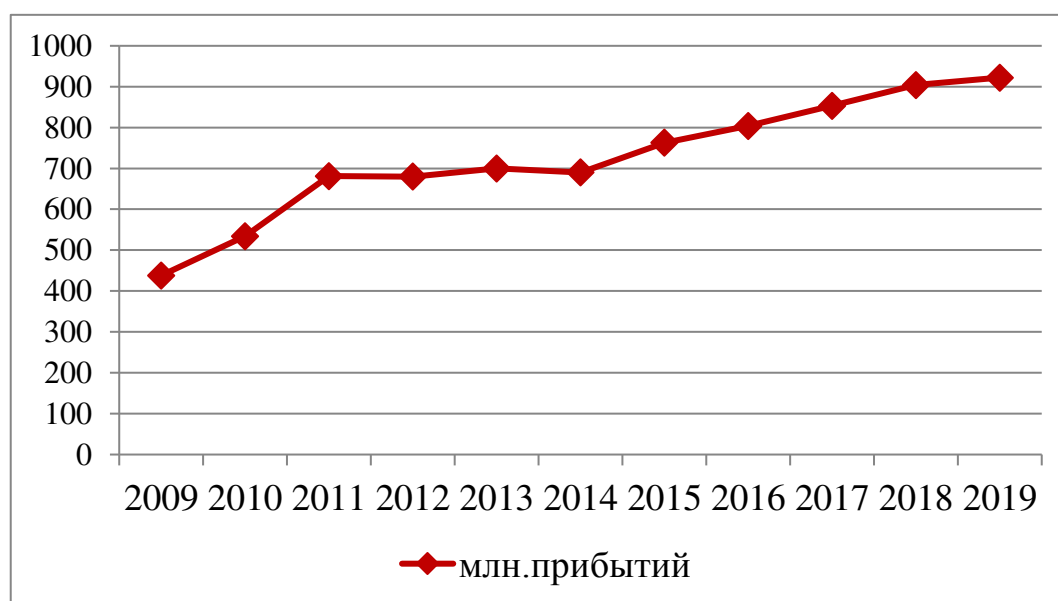


Рисунок 4 – Динамика общего числа международных туристских прибытий

В 2019 году большинство международных туристских прибытий относились к путешествиям с целью досуга, отдыха и проведения отпуска – 51 % или 470 млн. прибытий. На деловые поездки пришлось 1 % (138 млн.), 27 % составили путешествия с такими целями как посещение друзей, родственников, религиозные нужды, паломничество, лечение и прочие (рисунок 5)¹⁷.

¹⁷ Tourism Highlights. 2019 Edition. 2019. <http://www.unwto.org/> (10.11.2023).

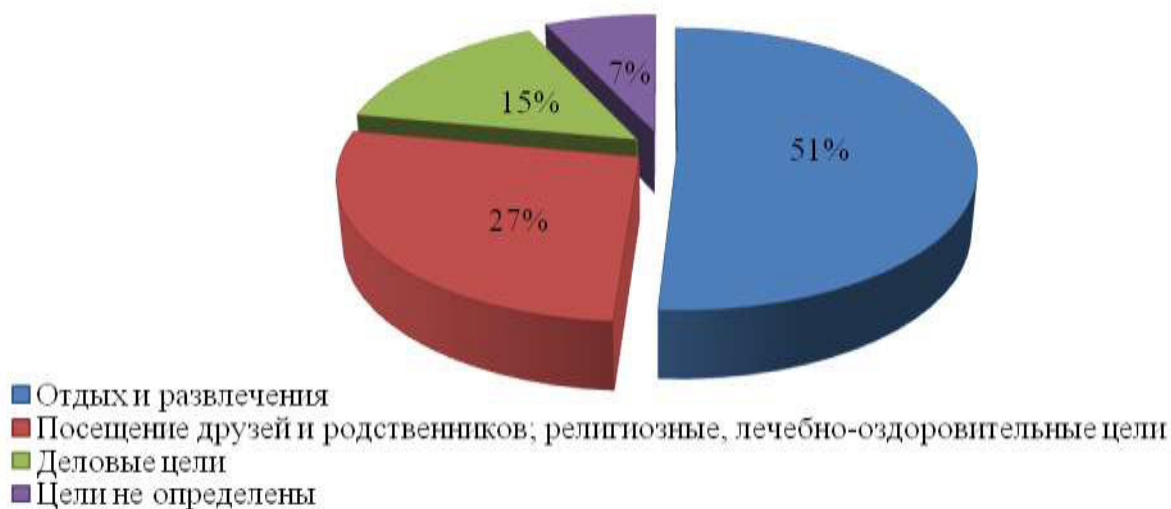


Рисунок 5 – Въездной туризм по целям посещения в 2019 году

При этом, примерно половина международных поездок в 2019 году была совершена наземным автомобильным (39 %) и железнодорожным (3 %) транспортом. Воздушный транспорт перевез 52 % туристов, а водный – 6% (рисунок 6).

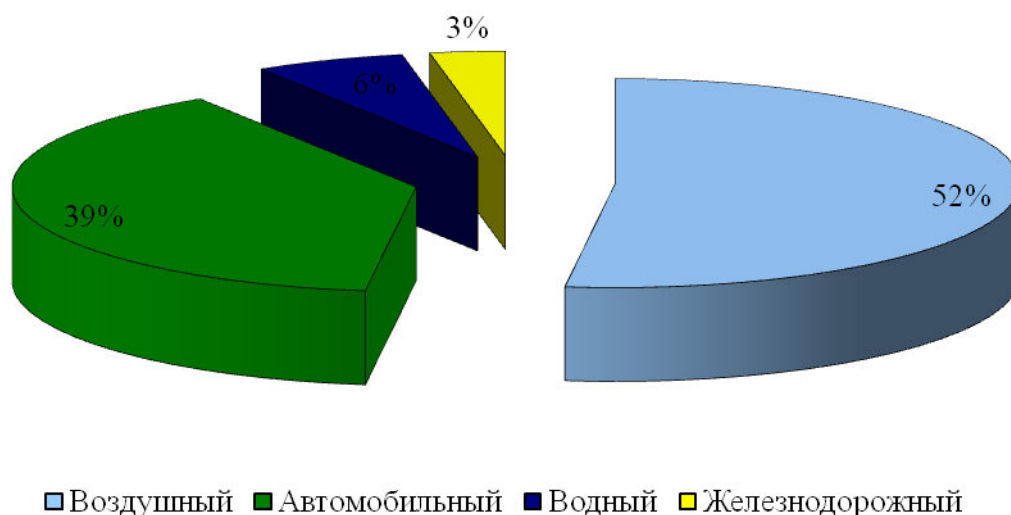


Рисунок 6 – Въездной туризм по видам транспорта в 2019 году

ЮНВТО выделяет шесть туристских макрорегионов мира: Европейский, Американский, Азиатско-Тихоокеанский, Африканский, Южно-Азиатский и Ближне-Восточный.

Итак, региональное распределение международных туристских потоков в главных чертах сложилось давно. С начала массовых туристских обменов по настоящее время на мировом рынке туризма заметно выделяется Европа, на которую в 2019 году приходилось 53,1 %. Этот регион пользуется большой популярностью у самих европейцев, а также жителей США и Канады. Вторую позицию до 2003 года прочно удерживал Американский регион, на который приходилось 17,1 % от общего числа прибытий в мире.

Таблица 1 – Динамика региональной структуры международных туристских прибытий

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Рыночная доля (%), 2008
Европа	392,5	383,8	394,0	396,6	416,4	438,7	460,8	487,9	489,4	53,1
Америка	128,2	122,1	116,6	113,1	125,8	133,2	135,9	142,9	147	15,9
Азиатско-Тихоокеанский регион	114,9	120,7	131,1	119,3	152,5	155,3	167,2	182	184,1	20
Африка	28,2	28,9	29,5	30,8	33,2	37,3	40,7	45	46,7	5,1
Ближний Восток	25,2	25,0	29,2	30,0	35,4	38,3	41,8	46,6	55,1	6

На рисунке 7 на основании таблицы 1 представлены сдвиги в региональной структуре международных туристских прибытий (в процентах от общего числа прибытий в мире) за указанный период¹⁸.

¹⁸ Tourism Highlights. 2019 Edition. 2019. <http://www.unwto.org/> (10.11.2023).



Рисунок 7 - Сдвиги в региональной структуре международных туристских прибытий (в процентах от общего числа прибытий в мире) за 2011 – 2009 гг.

На основании вышеприведенных данных можно отметить, что за последние годы произошли значительные изменения на карте мирового туризма: Европа прочно удерживает первое место, но при этом Азиатско-Тихоокеанский регион сместил Американский рынок со второй позиции. На сегодняшний день доля Американского региона составляет 15,9 %, а Азиатско-Тихоокеанского – 20 %.

Все европейские субрегионы завершили 2019 год с положительными итогами. Лидирует южно-средиземноморская Европа, куда относятся Испания, Италия, и Греция, и на которую приходится 19,5 % мирового рынка. Западная Европа отстает лишь на 2,9 %. На Центральную и Восточную Европу приходится 10,8 % международных туристских прибытий. Северная Европа замыкает список европейских регионов, с результатом 6,2 %.¹⁹

Более 184 млн. международных туристских прибытий было зарегистрировано в Азиатско-Тихоокеанском регионе, который многие считают “туристским направлением будущего”. Лидером здесь среди

¹⁹ 2019 год: Международный туризм – полный вперед! Последний выпуск барометра туризма ЮНВТО // 2019. <http://www.unwto.org/> (10.11.2023).

субрегионов стала Северо-Восточная Азия (10,9%). За ней следует Юго-Восточная Азия (6,7 %) и Южная Азия (1,1 %).

В Американском регионе по-прежнему выделяется Северная Америка, ее рыночная доля составляет 10,6 %, в то время как на долю Южной Америки и страны Карибского бассейна приходится чуть более чем по 2 % (2,2 % и 2,3 % соответственно).

На долю Африки и Ближнего Востока приходится самая скромная часть международных туристских прибытий, соответственно 5,1 % и 6 %. Однако, эти регионы показывают самые высокий рост в 2019 году, по сравнению с 2011 годом – 8,4 % и 14 % соответственно.

В последние несколько лет новые развивающиеся направления в Азии и Азиатско-Тихоокеанском регионе, в Африке и на Ближнем Востоке выступили в качестве основной движущей силы роста. Более зрелые регионы Европы и Американского континента продемонстрировали более умеренные темпы (4,1 % и 5,2% соответственно), которые тем не менее, оказались выше их среднего долгосрочного прогноза²⁰.

По прогнозам ВТО, сделанным еще в конце 90-х годов, на протяжении 21 века территориальная структура международного туризма будет продолжать меняться при сохранении прежних тенденций развития. Процентное соотношение международных туристских прибытий, приходящихся на каждый из регионов по прогнозу на 2024 год представлено на рисунке 8.

²⁰ Tourism Highlights. 2019 Edition. 2019. <http://www.unwto.org/> (10.11.2023).

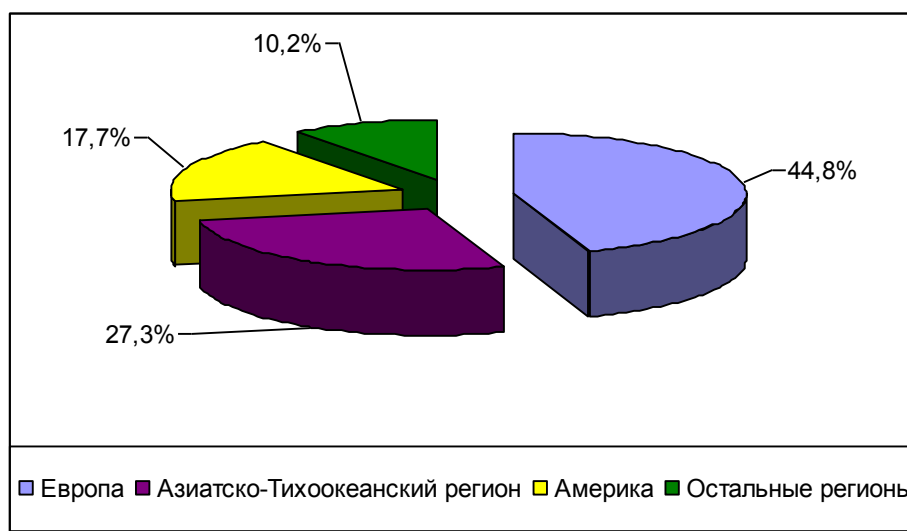


Рисунок 8 – Региональная структура международных туристских прибытий (в процентах от общего числа прибытий в мире) на 2024 год

К 2024 году Европа удержит доминирующие, хотя весьма ослабевшие, позиции на рынке туризма (717 млн. прибытий). Азиатско-Тихоокеанский регион выйдет на второе место (438 млн. прибытий). Америка, переместившись на ступень ниже, будет замыкать тройку лидеров (284 млн. прибытий).

Важнейшим показателем в статистике международного туризма является не только количество туристских прибытий, но и показатель туристских доходов. На рисунке 9 представлена динамика туристских поступлений.

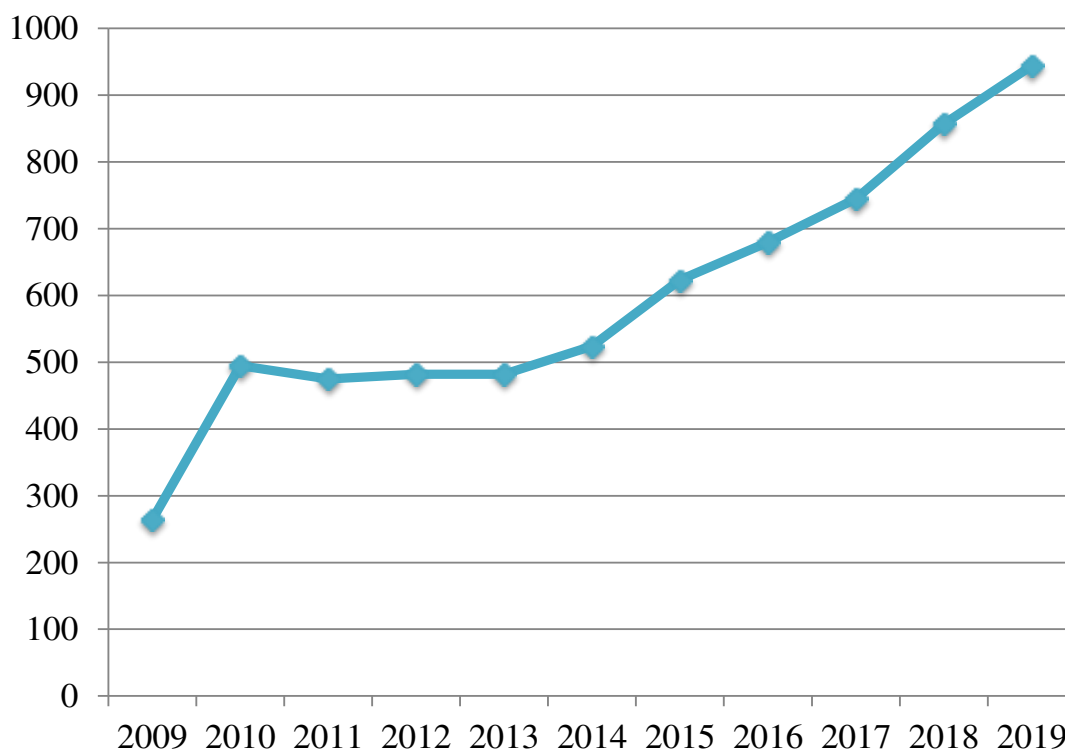


Рисунок 9 – Международные туристские поступления (млрд. \$ США)

Как видно из представленного выше рисунка, в период с 2009 года по 2019 год доходы от международного туризма ежегодно не превышали 500 млрд. долларов и их прирост был не значительным (на уровне 1 % в год). Начиная с 2009 года прирост туристских поступлений в среднем составлял 10 %, достигнув в 2019 году 944 млрд. долларов.

Если рассматривать структуру доходов от туризма по основным регионам мира в 2019 году, то она в целом совпадает с географической структурой туристских прибытий. Свыше 50 % туристских поступлений приходится на Европейский регион, 22 % - АТР и 20 % - Америка (рисунок 10).

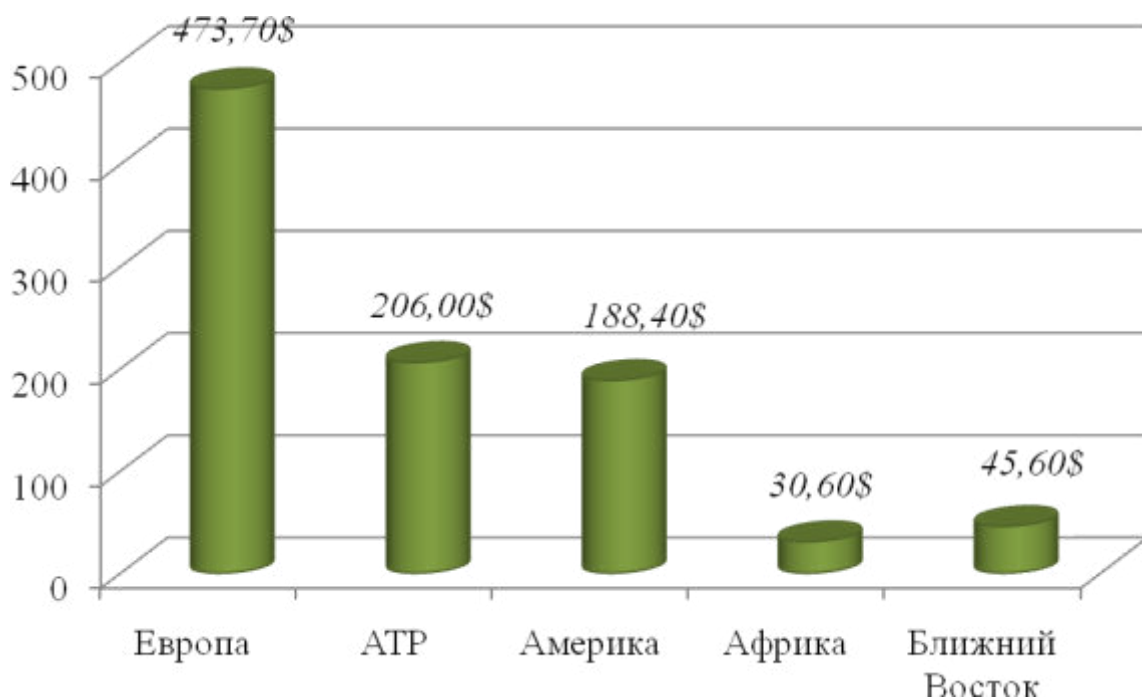


Рисунок 10 – Доходы от международного туризма по регионам в 2019 году
(млрд. \$ США)

Однако, если рассматривать рейтинги стран по туристским прибытиям и доходам от международного туризма, то можно отметить что, лидирующие позиции по этим двум показателям не совпадают (таблица 2).

Таблица 2 – Страны-лидеры мирового туристского рынка в 2019 году

Международные туристские прибытия (млн.)	Доходы от международного туризма (млрд. \$ США)
1. Франция (79,3)	1. США (110,1)
2. США (58)	2. Испания (61,6)
3. Испания (57,3)	3. Франция (55,6)
4. Китай (53)	4. Италия (45,7)
5. Италия (42,7)	5. Китай (40,8)
6. Великобритания (30,2)	6. Германия (40)
7. Украина (25,4)	7. Великобритания (36)
8. Турция (25)	8. Австралия (24,7)
9. Германия (24,9)	9. Турция (22)
10. Мексика (22,6)	10. Австрия (21,8)

Как видно из таблицы, по количеству туристских прибытий лидирует Франция, причем турпоток в 1,36 раза больше чем у второй позиции в рейтинге, а по доходам от туризма – США, их отрыв составляет 1,78 раза.

Учитывая вышесказанное, можно сделать следующие выводы по главе 1. Во - первых, туризм в настоящее время представляет собой "межотраслевой комплекс социально - бытовой инфраструктуры". В связи с этим сформировалась целая туристская индустрия, в рамках которой выделяются такие понятия как турпродукт, туристская услуга, тур, маршрут, туристский импорт и экспорт. Международный туризм как один из видов путешествия представляет собой туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Другими словами, международный туризм означает поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства, осуществляемые на основе межгосударственных договоров. В отличие от внутреннего туризма международный туризм сопровождается пересечением государственной границы и является одной из форм внешнеэкономической деятельности страны, следовательно, доходы и расходы от туристической деятельности включены в платежный баланс государства. В свою очередь международный туризм бывает въездной и выездной.

Во-вторых, государственное регулирование туристской деятельности осуществляется в форме создания нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии. В рамках международного регулирования туристической деятельности под эгидой Всемирной туристской организации проводятся международные конгрессы, конференции, посвященные проблемам туризма. В России в сфере туристской деятельности приоритетными направлениями государственного регулирования признаются поддержка и развитие внутреннего и въездного туризма. Для достижения вышеперечисленных целей создана нормативно-правовая база: Федеральном закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от

24.11.1996 г., межправительственные Соглашения о сотрудничестве в области туризма, ряд иных нормативно-правовых актов.

В-третьих, неравномерность темпов роста международного туризма в территориальном разрезе привела к значительному изменению карты мирового туризма. Доля Европы и Америки снизились при одновременном повышении удельного веса Азиатско-Тихоокеанского региона и некоторой стабилизации остальных регионов мира.

2 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ И АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

2.1 Международный туризм в России: динамика, основные тенденции развития

Туристическая индустрия, как важная отрасль российской экономики, начала формироваться только в 90-х годах и в начале XXI века постепенно приобретает контуры, приближающие ее к общемировым характеристикам. Важная роль в ее структуре отводится международному въездному и выездному туризму. Основной особенностью российской туристской деятельности является существенное превышения объема выездного потока российских туристов над въездным потоком иностранных граждан.

Анализ следует начать с оценки динамики туристских потоков по видам туризма (въездному, выездному, внутреннему) в России. Для этого необходимо использовать статистические данные ресурса ЕМИСС.



Рисунок 11 – Динамика туристских потоков Российской Федерации по видам туризма (выездной, въездной, внутренний) в период 2012-2022гг. (в % к предыдущему году)

Рассматривая график, можно отметить то, что наивысший темп роста во въездном туризме отмечается в 2015 году и составляет 258,6 %, этому способствовало расширение программы безвизового обмена туристическими группами между Россией и Китаем, которое стимулировало туристов из Китая совершать поездки в Россию чаще. Также значительное влияние оказало проведение Восточного экономического форума, Россию в данный период посетили около полутора тысяч туристов из Восточной Азии. Кроме того, причиной роста посещения иностранными туристами России в 2015 году стала девальвация рубля и последующий за этим экономический кризис, иностранным туристам стало выгодно приезжать в Россию, в то время как для российских туристов это создало проблему для посещения зарубежных стран. В 2018 году также отмечается достаточно высокий показатель темпов роста, составивший 128,5 %, такое явление обусловлено проведением на территории России Чемпионата мира по футболу, который привлек около 700 тысяч туристов со всех уголков мира. Наиболее низкие показатели темпов роста въездного, а также выездного туризма были зафиксированы в 2020 году (5,5 %), так как в этом году в связи с распространением коронавирусной инфекции произошло закрытие границ, ограничившее перемещение граждан за пределы своих государств. Тем не менее, в 2021 году многие страны открыли свои границы для иностранцев, что повлекло за собой повышение показателя темпов роста выездного туризма. Что касается темпов роста внутреннего туризма, наивысший показатель отмечается в 2021 году, он составляет в 145 %, это связано с введением программы туристического кэшбека, которая заключается в оплате путешествий по России картой платежной системы «Мир» и получении кэшбэка в 20 % от стоимости тура. Так, данная программа во многом стимулировала отдыхающих путешествовать по стране.

Отследив динамику туристских потоков и определив основные тенденции их изменений и причины их вызвавшие, перейдем к оценке структуры туристских потоков. Для этого также необходимо использовать статистические данные ресурса ЕМИСС. Определив долю каждого вида туризма от общей доли

туризма в структуре туристских потоков, построим диаграмму «Структура туристских потоков Российской Федерации по видам туризма» (Рисунок 2).



Рисунок 12 – Структура туристских потоков Российской Федерации по видам туризма (выездной, въездной, внутренний) в период 2011-2022гг. (в %)

Анализируя диаграмму, можно сделать некоторые выводы. Наибольшая доля (77,9 %) выездного туризма от общей доли туризма в структуре туристских потоков приходилась на 2012-2013 годы. Это связано с высоким уровнем благосостояния туристов, относительной стабильностью на валютном рынке, которые создавали условия для осуществления путешествий за границу. Кроме того, преобладание доли выездного туризма обусловлено отсутствием высокоразвитой туристской инфраструктуры России, а также широкого выбора направлений туров по России. Россияне предпочитали отдых за рубежом, в то время как иностранные граждане ввиду вышеназванных причин редко посещали страну с туристскими целями. Наименьшая доля выездного и въездного туризма от общей доли туризма в структуре туристских потоков отмечается в 2020-2021 годах. Это связано с приостановлением перемещений граждан за пределы своих государств, в связи с распространением коронавирусной инфекции. Жители России, не желая рисковать своим здоровьем и здоровьем окружающих, отказались от поездок за границу и

предпочли путешествовать по стране. Эта же причина объясняет и преобладание внутреннего туризма над другими видами в тот же период времени, так, на его долю приходилось 63,5 % в 2020 году и 57,2 % в 2021 году.

Исследуя трансграничное взаимодействие России и Китая в туризме необходимо провести анализ динамики въездного и выездного туристских потоков, тем самым выявить и отследить, насколько часто туристы из Китая посещают Россию, и так же, как и туристы из России путешествуют по Китаю. Так, на основе статистических данных ресурса ЕМИСС, рассчитаем динамику выездного туристского потока из России в Китай и въездного туристского потока из Китая в Россию. Отообразим представленную в таблице информацию в виде графика (Рисунок 3).

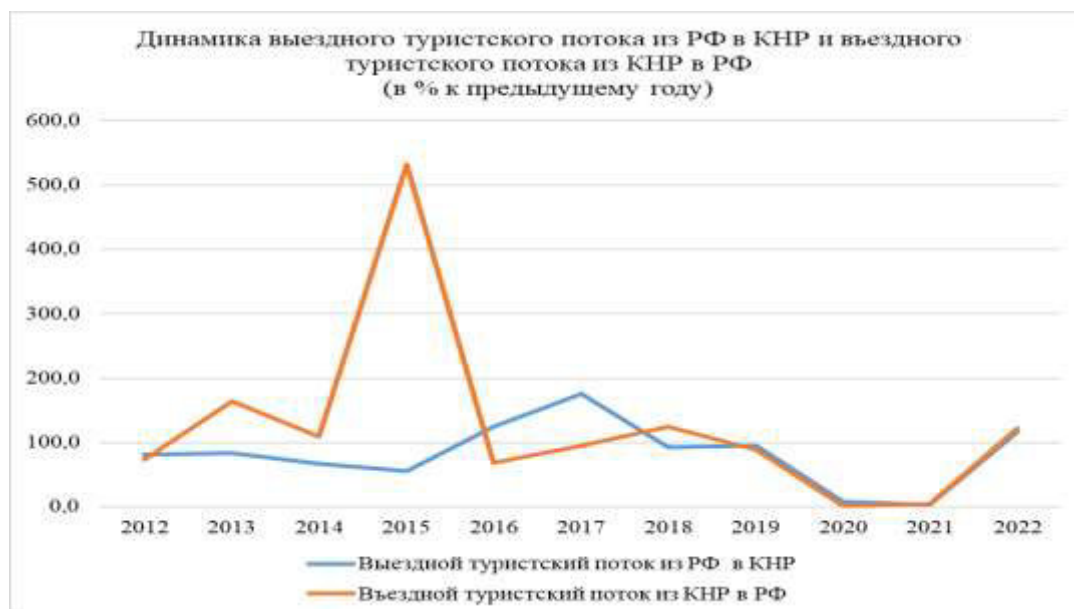


Рисунок 13 – Динамика выездного туристского потока из РФ в КНР и въездного туристского потока из КНР в РФ в период 2011-2022гг, в % к предыдущему году

Исходя из полученных данных, было отмечено, что с 2012 по 2015 год прослеживается спад темпов роста выездного туристского потока из России в Китай, в то время как в этот же период въездной туристский поток из Китая в Россию растет. В период с 2012 по 2013 въездной турпоток увеличивался в связи с проведением в 2012 году Года российского туризма в Китае, а в 2013 году – Года китайского туризма в России, в рамках двусторонних мероприятий

которых были организованы форумы по туризму, выставки, конкурсы, презентации российских и китайских регионов, а также ведущих компаний двух стран, что привело к активизации въездного туризма из Китая. В 2018 году рост въездного турпотока из Китая вызван проведением на территории России Чемпионата мира по футболу. В целом же, рост въездного туристского потока обусловлен значительным природно-ресурсным и историко-культурным потенциалом, приграничным взаимодействием с этой страной, изменением направления геополитического развития страны в сторону усиления интеграционных процессов со странами АТР и с реализацией, в связи с этим крупных региональных инфраструктурных проектов. С 2019 по 2021 год прослеживается резкий спад обоих видов туризма в связи с распространением коронавирусной инфекции, последующим закрытием границ и различными связанными с этим ограничениями. Уже к 2022 году ограничения были сняты, Китай начал открывать границы для туристов, как въездной, так и выездной турпотоки восстанавливаются, количество туристов неуклонно растет.

Также необходимо рассмотреть структуру турпотоков по географическому признаку, в данном случае долю КНР во въездных и выездных турпотоках России. Определив долю турпотока в КНР от общей доли выездного туризма России в структуре туристских потоков, а также долю турпотока из КНР от общей доли въездного туризма, построим диаграмму.

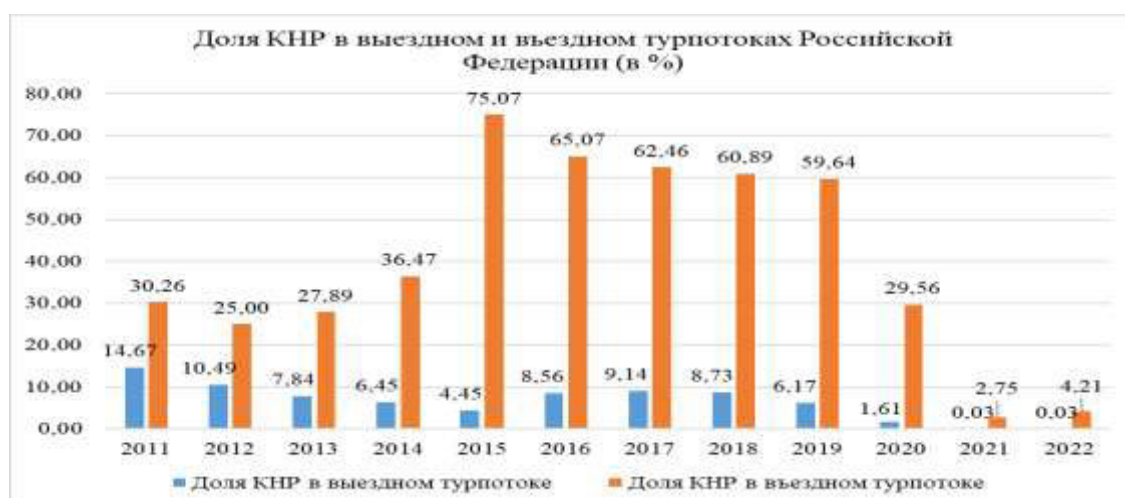


Рисунок 14 – Доля КНР в выездном и въездном турпотоках Российской Федерации в период 2011-2022гг. (в %)

Основываясь на данных диаграммы, можно сделать некоторые заключения. Китай пользуется достаточно высоким спросом у россиян, так как на долю выездного турпотока в эту страну приходится от 4,5 % до 14,7% от выездного турпотока в целом. Наибольший показатель доли, приходящейся на Китай, от доли всех стран мира, посещенных жителями России, отмечается в 2011 году, число туристов составило 923 302, что в процентном соотношении равно 14,67 %, а наименьшие показатели были зафиксированы в 2021 и 2022 году. В 2020 году Китай посетило 37 604 туриста из России, в 2021 году в путешествие по этой стране отправились лишь 1 377 российских граждан, что связано с пандемией COVID-19. Тем не менее, несмотря на ограничения, в 2020 году китайцы по-прежнему занимали весомую долю во въездном турпотоке России, равную 30 %. В 2021 и 2022 годах в Китае большим спросом стал пользоваться внутренний туризм, поэтому показатели въездного туризма этого периода низкие. Тем не менее, следует отметить, что Китай является лидером среди стран, формирующих въездной поток иностранных граждан в России. Так, в 2015 году Россию посетили 566 632 туриста из Китая, это 75 % процентов от общей доли принятых в 2015 году иностранных граждан. Рост въездного туристского потока из Китая можно связать с соглашением о безвизовых групповых туристских поездках между Россией и Китаем, с девальвацией рубля в 2015 году, а также проведением различных международных событийных мероприятий, которые еще больше стимулировали китайцев посещать Россию с туристскими целями.

В 2020 году в связи с распространением пандемии коронавируса, все показатели турпотоков значительно сократились в связи с закрытием границ и внутренний туризм все больше увеличил свою долю в структуре турпотоков. Таким образом, рассмотрев динамику и структуру туристских потоков КНР, перейдем к анализу динамики выездного туристского потока из КНР в РФ и въездного туристского потока из РФ в КНР.



Рисунок 15 – Динамика выездного туристского потока из КНР в РФ и въездного туристского потока из РФ в КНР в период 2012-2019гг, в % к предыдущему году

На основе полученных данных, можно отметить, что динамика выездного турпотока положительная, число туристов из Китая, отправляющихся в путешествия по России, увеличилось с 235 000 до 2 250 000. В 2013 году наблюдается наибольший рост показателей выездного турпотока КНР, поскольку в 2012-2013 году Китай и Россия провели перекрестные Годы туризма. 2013 год был объявлен Годом китайского туризма в России, в связи с этим количество китайских туристов, посетивших Россию, значительно увеличилось. Падение в 2015 году выездного турпотока связано в большей мере с ростом внутреннего туризма в Китае, поскольку экономическая ситуация, падение курса рубля и укрепление юаня привели только к расширению мотивации китайцев для посещения России, ведь китайские туристы все чаще приезжают в Россию не только с культурно–познавательными целями, но и для шопинга. Таким образом данный фактор в совокупности с созданием в России благоприятной среды для китайских туристов, посредством запущенной в 2017 году программы China Friendly, наоборот благоприятствовали посещению китайцами России. Что касается въездного турпотока из России, то в период с 2012 по 2015 год темпы роста снижаются, ввиду выше названных причин, а с 2016 года по 2019 год, наоборот, увеличиваются, благодаря укреплению

российской экономики, развитию международного туризма России и Китая, созданию взаимовыгодных условий для отдыха.

Также в процессе работы был рассмотрен показатель доли РФ в выездном и въездном турпотоках КНР, результаты вычислений представлены в виде диаграммы (Рисунок 8).



Рисунок 16 – Доля РФ в выездном и въездном турпотоках КНР в период 2011-2019гг, в %

Из полученных данных видим, что доля России в выездном турпотоке Китая ежегодно увеличивается, за представленный период она выросла с 0,3 % до 1,46 %, при этом сам показатель доли является небольшим. Такая тенденция с одной стороны свидетельствует о высоком и пока не востребованном потенциале, а с другой стороны - о необходимости проведения огромного комплекса работ для привлечения китайских туристов в нашу страну. Анализируя показатели доли России во въездном турпотоке, необходимо сделать заключение о том, что за указанный период она снизилась с 1,87 % до 1,67% на фоне резкого увеличения числа иностранных туристов, приезжающих в Китай в целом, при постепенном увеличении туристов из России, которые в процентном соотношении привели к данным результатам.

2.2 Современное состояние и тенденции развития международного туризма в Амурской области

Туристическая индустрия Амурской области опирается, прежде всего, на базу природных ресурсов, способных удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил. В этом отношении область имеет широкие возможности для развития въездного туризма.

Основным фактором, определяющим развитие туризма в Амурской области в последние годы, является близость к странам АТР. Граница с КНР, наличие пунктов пропуска, главнейший из которых Благовещенск - Хэйхэ, способствуют туристскому обмену между двумя государствами.

Важно отметить, что на долю КНР приходится 93,3 % въездного туризма; среди иностранных туристов представители Китая составляют 99 % от прибывших в Амурскую область. По мнению автора, в основе этого лежат географические факторы. Удаленность региона от основных, разрекламированных и имеющих широкий спрос у российских туристов мест отдыха, таких как курорты Турции и Египта, туристские центры Западной Европы, заставляют амурчан ориентироваться на туристскую индустрию Китая. Также существенным фактором выступает низкий уровень доходов населения. С конца 90-х годов в области наблюдался постоянный рост туристических въездных потоков. Начавшаяся было с 2002 года благоприятная тенденция преобладания въездных туристов над выездными (рисунок 15) изменилась в 2004 году.

Как видно из рисунка, показатели выезда амурских туристов, снизившись до критической точки в 2003 году, стали стремительно увеличиваться. Если в 2005 году число выехавших за рубеж областных туристов превышает количество въехавших в область иностранных туристов почти в 2,5 раза, то уже в 2008 году это соотношение составляет 9,3 раза.



Рисунок 17 - Динамика развития международного туризма в Амурской области, путевок /построено по 26, 27, 28/

Выездной туризм в Амурской области преобладает не только над въездным, но и над внутренним (таблица 16). Причем в динамике доля рынка выездного туризма растет.

Таблица 3 - Соотношение видов туризма в Амурской области в 2013 -2022 гг.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	71,1	64,7	54,4	38,7	32,1	40,8	41,4	75,2	66,7	73,3
Въездной	25,9	32,7	43,3	57,8	65,2	57,0	56,4	5,3	–	–
Внутренний	3,0	2,6	2,3	3,5	2,7	2,3	2,3	19,5	33,3	26,7

Географическое расположение области определяет структуру туристических потоков по странам. Самой посещаемой страной был и остается Китай, куда традиционно направляется более 93 % всех отправляемых за границу туристов. Вместе с тем, в последние 2011-2014 годах начинают пользоваться популярностью Таиланд, Бали, европейские страны и Турция, но их доля чрезвычайно мала в структуре выездных туристических потоков.

Увеличение выездных туристических потоков отражает определенную положительную динамику уровня жизни лишь небольшой части населения региона. Например, в 2004 и 2005 годах смогли себе позволить выехать за рубеж соответственно 7,5% и 7,8% жителей области. А показатели снижения въезда иностранных туристов туризма свидетельствуют о недостатках организации туризма в области²¹.

И все же главным приоритетом развития туризма в Амурской области является развитие внутреннего и въездного туризма. Так как выездной туризм влияет на экономику области отрицательно, а именно происходит отток денежных средств из области.

Сфера туризма группирует вокруг себя определенное количество отраслей экономики, стимулируя их развитие и формируя спрос на товары и услуги для нужд туризма. Отраслевой заказ туризма на товары, которые могут выпускаться местными товаропроизводителями и реализовываться как на рынке Амурской области, так и на других рынках, также не определен. На начало 2019 года в регионе действовало 30 туристских фирм, что на в 2 раза превышает показатель 2012 года и на 15 % больше, по сравнению 2017 годами.

79% туристических фирм частной формы собственности, 75% - используют упрощенную систему налогообложения. Средняя численность работников всех обследованных организаций составляла 362 человека, из них в организациях, занимавшихся туроператорской деятельностью – 232 человека, что составляет 74 % от общей численности занятых в деятельности амурских турфирм, турагентской – 74 человека (26 %).

В расчете на одну турфирму приходилось в среднем 12 сотрудников. Более трети персонала турфирм в 2019 году составляли менеджеры. Их численность – 90 человек. Наибольшее число менеджеров работало у туроператоров – 64 человека (удельный вес в структуре должностей - 50%).

²¹ Туризм в Амурской области: записка / Амурстат – Б., 2008. – 32 с.

Более 75 % обследованных турфирм работали полный год, деятельность остальных носила сезонный характер.

В 2019 году более половины турфирм занималось продвижением и продажей туров (турагенты). Их удельный вес составил 54% от общего количества турфирм.

Наиболее стабильно на рынке туристских услуг работают организации: АО "Амуртурист", ООО турбюро "Дальневосточный Феникс", Турбюро Федерации профсоюзов Амурской области, ООО "Интуртрейд", АО "Интурист-Благовещенск", ООО «Интертур-2000», ООО "Авантаж", ООО "АКР", ООО Туристическое агентство "Гала-Тур". Указанные организации обеспечивали в 2019 году более двух третей общей стоимости проданных путевок.

Турфирмы, занимающиеся формированием туров, реализовали в 2019 году туристских услуг на 357 млн. рублей, что в 8,9 раза больше, чем в 2013 году в фактических ценах (рисунок 19). По сравнению с предыдущим годом прирост выручки от оказания туристских услуг в 2019 году составил 44 %.

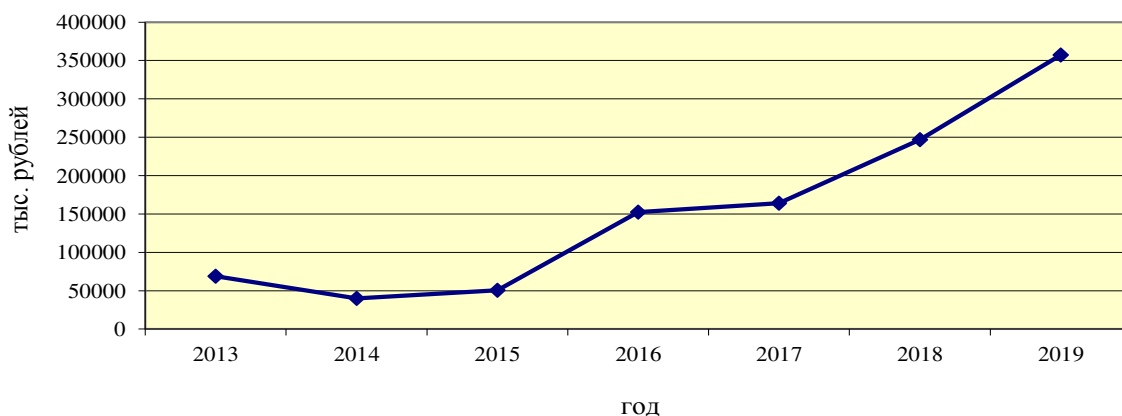


Рисунок 18 – Выручка от оказания туристских услуг в 2013 – 2019 гг.

Объем услуг в расчете на одну турфирму составлял 11,9 млн. рублей, в расчете на одного работника – 0,9 млн. рублей.

Турфирмы, занимающиеся турагентской деятельностью, на рынке туристских услуг в 2019 году также показали положительные результаты. Сумма комиссионных, агентских и иных вознаграждений турагентов увеличилась по сравнению с 2013 годом в 3,8 раза.

Сумма уплаченных в бюджет и внебюджетные фонды от туристской деятельности всех обследованных организаций равнялась 30,9 млн. рублей, из нее от деятельности организаций, применявших упрощенную систему налогообложения – 7,2 млн. рублей.

Все сказанное позволяет сделать следующие выводы. Основная особенность российской туристской деятельности - существенное превышения объема выездного потока российских туристов над въездным потоком иностранных граждан. Данная тенденция носит отрицательный характер, так как, прежде всего, преобладание импорта над экспортом туристических услуг ведет к вывозу капитала из России. Поэтому наиболее важными в сфере международной туристической деятельности в России являются проблемы въездного туризма. Россия обладает немалым туристским потенциалом. Есть возможности для пляжного отдыха, огромный потенциал для экскурсионных программ, богатейшая культура, бесчисленное множество исторических памятников, редкая по красоте природа. Все упирается в проблему с развитием инфраструктуры – нехватка и низкий уровень средств размещения, транспортная проблема. При этом мировой опыт подсказывает: инвестиции в инфраструктуру способно сделать только государство, в задачу которого входит строительство дорог, аэропортов, проведение водопровода, канализации, газа, света. Решение указанных проблем требует проведения единой государственной политики в этой сфере, включающей большие финансовые вложения. Международный туризм в России получит стремительное развитие тогда, когда представители государственной власти осознают в полной мере, что туризм - это большой бизнес, немалые доходы и множество новых рабочих мест, тогда понимание этого приведет к строительству современных гостиниц и дорог, курортов и

санаториев, вокзалов и аэропортов, всего того, что профессионалы турбизнеса и главное - сами туристы называют качественным туристским продуктом.

3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Характеристика туристского продукта «Путешествие к двум культурам за неделю»

Нужно отметить, что как для европейской части России, так и для иностранцев Амурская область остается далекой и неизвестной экзотикой. Достопримечательности, которых немало в области, говоря современным языком, до сих пор остаются «нераскрученными». Как справедливо заметил экс-губернатор Леонид Коротков: «Нам есть что показать. Мы богаты памятниками природы и архитектуры, но у нас чрезвычайно не развита инфраструктура: мало гостиниц, плохие дороги, слабые коммуникации».

Амурская область обладает множеством предпосылок для развития туристической деятельности - это огромный ресурсный потенциал, выгодное географическое положение, уникальность территории. Приамурье привлекательно своими природными богатствами, редкими флорой и фауной, историческими объектами. Однако на современном этапе въездной и внутренний туризм не получил должного развития в регионе.

Попытаемся все же рассмотреть, что же уникального, привлекательного в туристском потенциале Амурской области, чем можно привлечь туристов из-за рубежа, а также туристские потоки с западной части России.

Амурская область вполне могла бы стать восходящей звездой на туристском небосклоне России. Здесь туристы могут посетить такие природные и этнографические объекты, которых не встретишь практически нигде больше на Земле. Главное богатство региона – чистая экология, богатая нетронутая природа и разнообразные ландшафты – от гор и тайги до степей. Другой магнит для туристов – сохранившиеся уникальные традиции и культура древнего народа, живущие в неповторимых шаманских обрядах и языческих праздниках.

На территории области сложилось несколько основных зон туризма и отдыха - это турбазы вблизи Благовещенска, Хинганский, Норский, Зейский заповедники, Муравьевский парк, некоторые территории Архаринского (озера Долгое, Клешинское), Магдагачинского (Гонжинский источник), Бурейского (ГЭС, заказник «Урочище Иркун») районов и другие.

Всего в регионе 619 памятников истории и культуры, архитектуры, археологии, находящихся на государственной охране, 19 музеев в различных районах области.

Наша область богата палеонтологическими и археологическими находками. Туристов можно водить на уникальные достопримечательности: кладбище динозавров в Кундуре и Благовещенске, древнейшие и известные памятники времен раннего палеолита местонахождения Кумары, Филимошки. Большой историко-познавательный интерес представляют древнетунгусские писаницы, расположенные на территории Зейского и Тындинского районов. Также есть объекты, связанные с открытием и освоением Дальнего Востока - например, с подписанием Нерчинского и Айгунского договоров, строительством БАМа. Благодаря тому, что на севере области расположены поселения эвенков - Ивановское, Усть-Нюкжа, Бомнак, - можно развивать этнический туризм.

«В нашей области есть все возможности для развития приключенческого туризма как доходной отрасли экономики, - заявил директор туристического центра «Горизонт-Экстрим» Владимир Гуторов. - Природные условия позволяют организовывать маршруты в любое время года по всем видам туризма как для россиян, так и иностранцев. Область идеальна для развития водного туризма. На реке Зее и ее притоках можно организовывать путешествия на плотах, байдарках, резиновых лодках, парусных судах, катерах. По берегам реки - множество исторических памятников, в устье реки Ту находится стоянка древнего человека, возраст которой 300 тысяч лет.

На реке Томи можно проводить сплавы 4 - 5-й категории сложности (всего их 6). Интересна для туристов река Селемджа - безлюдно, вода кристально чистая. Кстати, у Селемджинского района неплохой потенциал - туда, например, отправляются экспедиции для восхождения на гору Брюс. Богатство речной фауны водохранилищ Зейской и Бурейской ГЭС позволяет организовывать рыболовные туры. Заманить путешественников рассчитывают также в тайгу, не тронутую на севере области человеком. Из-за труднодоступности этих мест природа здесь сохранилась в первозданной чистоте, что особенно будет притягательно для иностранцев».

В качестве перспективного направления развития туризма в регионе, является въездной туризм с познавательными целями. Знакомство с бытом русской деревни, а также с традиционным укладом малочисленных народов Амурской области может стать отправной точкой развития не только въездного, но и внутреннего туризма. Данная идея заложена в формировании нового турпродукта «Путешествие к двум культурам за неделю».

Предлагаемый туристский продукт рассчитан на семь дней, преимущественно для китайских туристов. В программу тура включены как традиционные объекты показа для жителей Поднебесной (музей им. Г.С.Новикова-Даурского и кладбище динозавров), так новые.

Познавательной для иностранных туристов будет экскурсия по историческим местам села Ивановка. В нее входит: посещение монумента воинам-землякам, павшим в Великой Отечественной войне, памятного знака на месте сожжения мирных жителей, памятника-обелиска Алексею Алексеевичу Матыщину (учителю-герою).

«Изюминкой» программы будет маршрут в соседнюю деревню с целью посещения дома знаменитых амурских мастеров-ремесленников семьи Гуцан (ежегодных участников Амурской областной выставки-ярмарки и смотряконкурса продукции ремесленничества и изделий народных художественных промыслов «Чарующие тайны старины»). Ими будет предложен мастер-класс

для туристов по изготовлению глиняных изделий, а также возможность приобрести понравившиеся изделия.

К принципам выбора села Ивановка как места назначения туристов относятся:

- 1) типично сельская местность с отсутствием многоэтажных застроек;
- 2) выгодное месторасположение (близость с административным центром области (точкой отбытия туристов)). Следовательно, маршрут не займет много времени, а транспортные расходы будут незначительными;
- 3) природный фактор. Живописная местность, наличие озера (для занятия рыбалкой), леса (маршрут за грибами и ягодами), чистый воздух;
- 4) историческое наследие (наличие памятников истории села);
- 5) социокультурная инфраструктура села (сохранность старорусских обычаев и традиций, функционирование сельского Дома культуры и выступающего в нем местного народного творческого коллектива).

Следующим этапом реализации туристского продукта «Путешествие к двум культурам за неделю» выбрана поездка в г. Тында с целью знакомства с культурой малочисленных народов Амурской области – эвенков.

Разработка данного турпродукта призвана помочь ассимилированным эвенкам вспомнить традиционный жизненный уклад, религиозные верования и обряды, а кочевым таежным эвенкам, которых осталось так немного в Амурской области – сохранить свое национальное самосознание на должном уровне, и в то же время, устранить былую замкнутость, связанную с боязнью современной цивилизации. Сейчас очень актуально говорить о диалоге культур. Для большинства россиян эвенкийская культура – непрочитанная страница, также как и для эвенков – русская. Сегодня очень важно научиться правильно экспортировать свою культуру или ее элементы. У эвенков Тындинского района Амурской области и города Тынды есть хорошая возможность создать здесь этноцентр, где бы можно было организовать национальный театр, различные кружки для детей и взрослых, например, по

изучению эвенкийского языка. А туристские потоки могли бы стать дополнительным источником финансирования национальных проектов.

Не случайно были выбраны для создания нового турпродукта именно тындинские эвенки. Этому способствовал ряд причин.

Во-первых, основным фактором выбора является близкая расположенность национальных эвенкийских образований (пос. Первомайский, пос. Усть-Улькима, пос. Усть-Нюкжа) к крупному городу Амурской области – Тынде, в котором имеется необходимая туристская инфраструктура.

Во-вторых, вблизи данных поселений находятся последние в Амурской области стоянки кочевых племен эвенков, сохранивших в полной мере традиционную культуру и верования.

В-третьих, недалеко от эвенкийских поселков, расположены уникальные памятники древней эвенкийской культуры – наскальные писаницы, имеющие аттрактивные характеристики и несущие огромную научную значимость.

В-четвертых, территория, по которой проходит туристский маршрут практически не тронута хозяйственной деятельностью человека, поэтому является экологически чистой и привлекательной для любителей дикой природы.

В Тындинском районе Амурской области представители коренного этноса - эвенки проживают сегодня компактно в трех селах: Первомайское (расположено в 10 км от Тынды), Усть-Уркима (расположено в 152 км от Тынды) и Усть-Нюкжа (расположено в 105 км от Тынды) /10/. Данные районы уже сегодня стали объектом посещения иностранных туристов.

К примеру, исследователь из Франции (Сорбонна) А. Лаврилье для изучения проблемы этнокультурной адаптации эвенков Тындинского района провела в кочевой среде в с. Усть-Нюкжа пять лет (1994 - 2003 гг.), итальянский антрополог Ф. Гаттини (Centro studi «EOS» Viterbo Universita di Palermo) исследовал охотничьи обряды дальневосточных эвенков, также

находясь в их среде /45/. А работники тындинского Музея истории БАМА отмечают, что нередко музей посещают туристы из Германии и Кореи.

Исходя из этого, можно предположить, что иностранные ученые также интересуются коренными народами Дальнего Востока, но чаще всего не обладают достаточной информацией о том, каким образом можно исследовать их культуру. Турпродукт «Путешествие к двум культурам за неделю» предполагает посещение эвенков и иностранными туристами, причем, как в научных, так и в культурно-познавательных целях.

Продвижение нового турпродукта может осуществляться не только стандартными методами — через рекламу проекта в СМИ, на буклетах турфирмы, а также туристских выставках-ярмарках, но и на туристских интернет-выставках, так как необходимо, чтобы не только российские туристы получали доступ к информации о новом турпродукте, но и зарубежные путешественники могли с легкостью узнать о нем. К тому же, преимущества такого способа размещения информации заключаются еще и в том, что каждая компания-участница «Выставок» получает собственный виртуальный стенд, что позволяет максимально полно представить свой бизнес в сети Интернет, разместив на стенде не только контактную информацию, но и полный спектр выпускаемой продукции и оказываемых услуг с подробными описаниями и фотографиями, прайс-листы и много другое. Это самый быстрый, самый мобильный и самый дешевый способ донесения информации до клиента. Одной из таких выставок является проект OpenExpo.ru. Также международная интернет-выставка создана на базе Global Tourism Network (GTN). Заявку на участие в подобной выставке может подать любая аккредитованная турфирма, текст информационного блока — на английском языке. Таким образом, ниши зарубежные партнеры и потенциальные потребители турпродукта получают открытый доступ к ознакомлению с ним и его приобретению.

Кроме того, новый турпродукт будет полезен студентам и старшеклассникам школ, интересующихся историей, культурой, искусством

и религиозными верованиями аборигенов Амурской области, так как несет в себе учебную составляющую (культурологическую, религиоведческую), а также пропаганду национальной и религиозной толерантности.

Привлекательным делает этот маршрут то, что в нем сочетаются различные разновидности форм туризма: этно-религиозный, культурно-познавательный, научный, рекреационный и экстремальный туризм, поэтому он может быть рассчитан на широкую целевую аудиторию.

Кроме того, программу тура можно варьировать в зависимости от возраста и уровня образованности туристов группы.

Портрет потенциального клиента данной туруслуги выглядит следующим образом: человек трудоспособного возраста со средним достатком, стремящийся к познанию и душевному удовольствию. Целевая группа – иностранные граждане (преимущественно граждане КНР).

Определив потребности, удовлетворяемые услугой, принципы выбора и портрет потребителя, целесообразно описать непосредственно саму услугу.

Маршрут рассчитан на 10 человек (не включая групповода) на 7 дней и 6 ночей пребывания, включая трансфер.

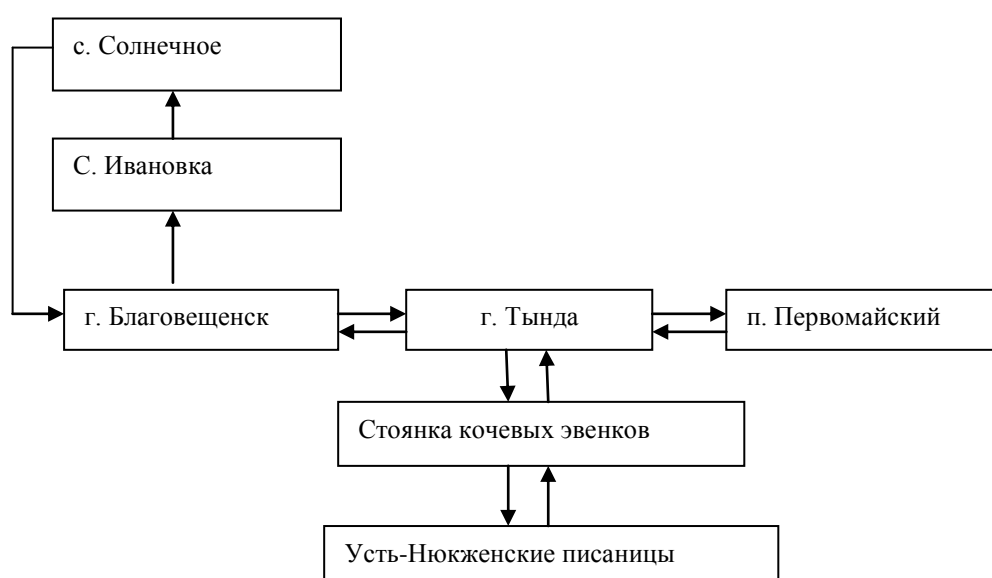


Рисунок 19– Маршрут турпродукта «Путешествие к двум культурам за неделю»

Маршрут предлагаемого туристского продукта является комбинированным, так как сочетает в себе элементы и кольцевого и радиального маршруты. Схема маршрута представлена на рисунке 20.

Программа маршрута:

1 день:

12:00 – встреча туристов на таможне г. Благовещенска, заселение в гостиницу «Азия»;

14:00 – обед в ресторане гостиницы;

15:00 – обзорная экскурсия по городу с посещением краеведческого музея им. Г.С.Новикова-Даурского и кладбища динозавров;

19:00 – ужин в ресторане «Русь»

2 день

08:00 – завтрак;

09:00 – отъезд в Ивановский район;

10:00 – прибытие в с. Ивановка из Благовещенска. Экскурсия по историческим местам (посещение монумента воинам-землякам, павшим в Великой Отечественной войне, памятного знака на месте сожжения мирных жителей, памятника Алексею Алексеевичу Матыщину);

12.00 – обед;

13:00 – транзит с. Ивановка-с. Солнечное;

13.30 – экскурсия в с. Солнечное в дом мастеров-ремесленников семьи Гуцан (мастер-класс по изготовлению глиняных изделий), приобретение сувениров, знакомство с русским деревенским бытом, чаепитие;

16:30 – Транзит с. Солнечное – г.Благовещенск;

18.00 – прибытие в г.Благовещенск. Ужин в кафе «Багульник»;

18.30 – свободное время.

3 день:

09:00 – завтрак;

10:00 – свободное время;

13:00 – обед в ресторане гостиницы;

14:00 – выселение из гостиницы;

18:34 – отъезд в г.Тынду.

4 день:

10:35 – прибытие в г.Тынду

11:00 – размещение в гостинице «Юность»;

11:30 - обед;

12:30 – 14:30 – экскурсия по этнографическому залу Музея истории БАМа;

15:00 – сбор у экскурсионного автобуса, отправление в п. Первомайский;

15:30 – прибытие в п. Первомайский;

15:30 – 16:00 – экскурсия по достопримечательностям поселка;

16:00 – 17:30 – посещение концерта эвенкийского фольклора;

17:40 - выезд в г. Тынду;

18:00 – прибытие в г. Тынду;

18:20 – прибытие в гостиницу «Юность»

19:00 – ужин.

Свободное время.

5 день:

9:00 – завтрак;

10:00 – сбор группы у экскурсионного автобуса;

10:10 – отправление к месту стоянки кочевых эвенков;

12:00 – 12:30 – пеший поход к месту стоянки кочевых эвенков;

12:30 – 13:30 – знакомство с эвенками, обед;

13:30 – 16:00 – поход к Усть-Нюкженским писаницам. Экскурсия о наскальных петроглифах;

17:00 – возвращение в г.Тынду;

19:00 – ужин;

Свободное время.

6 день:

9:00 – завтрак;

10:00 – свободное время;

11:30 – выселение из гостиницы;

13:00 – обед в привокзальном кафе;

14:00 – 15:20 – свободное время либо обзорная автобусная экскурсия по городу (по выбору туристов);

15:20 – сбор на ж/д вокзале г. Тынды;

15:35 – отправление в г. Благовещенск.

7 день:

10:00 – прибытие в г. Благовещенск;

11:00 – завтрак;

12:00 – таможня.

Остановимся поподробнее на программе тура.

1 день.

Встреча туристской группы на таможне города Благовещенска, размещение в гостинице «Азия» в больших двухместных номерах. После обеда в ресторане гостиницы, туристам будет предложена обзорная экскурсия по городу с посещением краеведческого музея им. Г.С.Новикова-Даурского и кладбища динозавров.

2 день.

После завтрака, туристы отправляются в с. Ивановка, с целью знакомства с укладом русской деревни. По прибытию в с. Ивановка туристам будет предложена экскурсия по историческим местам (посещение монумента воинам-землякам, павшим в Великой Отечественной войне, памятного знака на месте сожжения мирных жителей, памятника Алексею Алексеевичу Матыщину). После обеда в кафе туристы отправятся в с. Солнечное в дом мастеров-ремесленников семьи Гуцан, где их ожидает мастер-класс по изготовлению глиняных изделий, приобретение сувениров, знакомство с русским деревенским бытом, чаепитие.

3 день.

Большую часть дня туристы проведут в г. Благовещенске, где могут посетить торговые центры, погулять на площади.

Вечером туристы отправляются в г.Тынду с железнодорожного вокзала Благовещенска, отправление в купейном вагоне поезда «Гиллой». Поезд отправляется из Благовещенска по нечетным числам месяца.

4 день.

Прибытие в Тынду. Туристы отправляются в гостиницу «Юность» в двух- и трехместных номерах, размещаются там, обедают в гостиничном кафе. После обеда на автобусе туристы едут в Музей истории БАМа, где проходит экскурсия по залу этнографии. На этой экскурсии туристы знакомятся с общими сведениями об эвенках, об их истории, основных занятиях (охота, оленеводство), типах поселения (временными и постоянными стойбищами), традиционной одеждой из оленьей шкуры, общественном устройстве эвенков. Отдельное внимание экскурсовод уделяет рассказу о религиозных верованиях эвенков, так как эти верования пронизывают жизнь, быт и культуру эвенков от рождения до самой смерти. В фондах музея хранится костюм настоящего амурского шамана, детали этого костюма, а также другие шаманские атрибуты ярко и красочно рассказывают об элементах религиозного культа. Большую научную ценность несет и так называемый ритуальный коврик эвенков – «наму», который также есть в фондах музея. По окончании экскурсии туристы отправляются в п. Первомайский, который находится в 10 км от г. Тынды. (15-20 мин. пути на автобусе). Примечателен он тем, что здесь проживает большое количество сельских эвенков, в большинстве своем ассимилированных в русскую культуру. Но, в то же время, в поселке организованы различные кружки призванные сохранить национальную самобытность эвенкийского народа. По прибытии в поселок – небольшая экскурсия. Туристы могут посмотреть дома жителей поселка, а в Первомайской СПОШ – работы учащихся по созданию национальных аксессуаров одежды, предметов быта под руководством

мастра Округиной А.А. Туристы по желанию могут приобрести себе некоторые из них в качестве сувениров. Здесь же в школе занимается детский эвенкийский ансамбль, в репертуар которого входит имитация некоторых шаманских обрядов. После небольшой экскурсии в школе жители поселка дают концерт национального эвенкийского фольклора. По окончании концерта туристы отбывают в город в гостиницу «Юность». Ужинают в кафе при гостинице. После ужина туристы могут погулять по городу, по желанию посетить места развлечений.

5 день.

После завтрака туристы отправляются к стоянке местных эвенкийских кочевников. Нужно отметить, что хоть эвенки и кочевые, они не уходят далеко от «большой земли», так как ездят в населенные пункты за продуктами и необходимой амуницией. Поэтому найти таких эвенков не составляет большого труда. Для этого предварительно нужно узнать в каком именно месте будет располагаться стоянка. Следует также сказать, что эвенки очень доброжелательно и с большим интересом относятся к приходящим к ним русским путешественникам. Но в любом случае в пути групповод обязан дать необходимые рекомендации туристам о том, как вести себя в среде эвенков, разъяснить, чего не стоит говорить или делать в их присутствии. Так как суеверия играют огромную роль в жизни эвенка.

От остановки автобуса туристы идут пешим ходом еще несколько километров до самой стоянки. Поход начинается с вручения памяток туристам о правилах поведения на природе. По прибытии на стоянку происходит знакомство с эвенками (как правило, кочуют они семьей – от 2-х до 4-х человек), их жилищем, домашней утварью, можно покормить оленей. Далее – совместный обед. Часто эвенки предлагают национальную пищу – приготовленную на костре – это полувареное, полуподжареное мясо оленя, медведя, зайца, косули, дичи или рыбы, либо национальные блюда кочевых эвенков – угуртак (мясо, нарезанное тонкими лентами, слегка подкопченное над костром и подсушенное на солнце), кукура (сваренное или нарезанное на

мелкие кусочки мяса, просушенное над костром или на солнце), а также оленье молоко, лесные ягоды. Не каждому по вкусу придется такая пища, поэтому пробовать или нет – дело каждого туриста. Затем туристы отправляются к месту расположения Усть-Нюкженских наскальных писаниц. Это уникальное достаточно аттрактивное место находится в 2-4 км от стоянки кочевых эвенков. Поход проходит в сопровождении разъяснительной лекции групповода о тунгусо-манчжурской религии, которая послужила базисом для эвенкийских верований. Осмотр петроглифов с разъяснениями групповода, поход обратно. Туристы возвращаются в г. Тында.

6 день.

После завтрака туристам предоставлено свободное время. После выселения из гостиницы, туристы обедают в привокзальном кафе. До отправления поезда Тында-Благовещенск остается еще 1,5-2 часа. В это время туристы по желанию могут заказать обзорную автобусную экскурсию по городу, либо провести это время самостоятельно. Перед отъездом групповод дарит всем членам группы памятные сувениры.

Оптимальным сезоном для путешествия является май-сентябрь, в теплое время года, когда климатические условия наиболее благоприятны для пешего похода, так как довольно длительное время туристы проводят на природе.

3.2 Экономическое обоснование разработки турпродукта «Путешествие к двум культурам за неделю»

В стоимость тура входит:

- трансфер: Благовещенск – Тында – Благовещенск;
- аренда автобуса;
- проживание в гостинице;
- питание;
- экскурсии;
- услуги групповода.

Рассчитаем себестоимость и окончательную цену, с которой турпродукт выйдет на рынок (таблица 4), учитывая цены, сложившиеся в данном регионе.

Таблица 4 – Калькуляция на группу 10 человек (не включая гида – экскурсовода) на 7 дней по маршруту:

г. Благовещенск – с. Ивановка – с. Солнечное – г. Благовещенск - г. Тында – п. Первомайский – г. Тында - стоянка кочевых эвенков - Усть-Нюкженские писаницы – стоянка кочевых эвенков – г. Тында – г. Благовещенск.

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	В процен-тах	В стоимостном выражении, руб.	
		На группу	На 1 тур.
1. Транспортные расходы		81 860	8 186
2. Расходы на проживание		57 600	5 760
3. Расходы на питание		53 700	5 370
4. Расходы на экскурсионное обслуживание		3 600	360
5. Услуги групповода		3 997	400
Итого прямых расходов		200 757	20 076
6. Косвенные расходы туроператора	10	20 076	2 008
7. Полная себестоимость		220 833	22 083
8. Прибыль	20	44 167	4 417
10. Продажная цена		265 000	26 500

Таким образом, итоговая цена турпродукта «» составляет 26 500 рублей. Столь высокая цена объясняется высоким уровнем комфорта и обслуживания на маршруте (это проезд в вагоне – купе, проживание в дорогостоящих номерах гостиницы «Азия»). Перечисленные затраты являются самыми весомыми в структуре цены и являются конкурентными

преимуществами первого порядка, то есть при желании данные статьи расходов можно уменьшить и таким образом привлечь на маршрут туристов с меньшими доходами. Структура цены представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Структура цены туристского продукта «Путешествие к двум культурам за неделю»

Наименование статьи	В процентах
1. Транспортные расходы	30,9
2. Расходы на проживание	21,8
3. Расходы на питание	20,3
4. Расходы на экскурсионное обслуживание	1,2
5. Услуги групповода	1,5
6. Косвенные расходы туроператора	7,6
7. Прибыль	16,7
8. Продажная цена	100

При составлении цены данного турпродукта стоит пояснить расчет некоторых статей.

Статья транспортных расходов достаточно весомая, так как туда входит помимо железнодорожных билетов (2630 руб. за 1 билет в купейном вагоне), аренда автобуса – 600 руб./час в г. Благовещенске, и 450 руб./час в г. Тында. Расчет аренды автобуса для обслуживания по маршруту представлен в таблице 6.

Следовательно, **транспортные расходы составят**

2630руб.*2*11чел.=57860 рублей.

Аренда автобуса - 24 000 рублей.

В общем на группу: 81 860 рублей

Таблица 6 – Расчет стоимости аренды автобуса

День	Количество часов аренды автобуса	Стоимость, руб.
г. Благовещенск		
1-й день	5	3000
2-й день	9	5400
3-й день	9	5400
7-й день	2	1200
г. Тында		
4-й день	8	3600
5-й день	7	3150
6-й день	5	2250
Итого		24000

Следует отметить, что при расчете транспортных расходов учитывались затраты на железнодорожные билеты на гида – экскурсовода. Транспортные расходы на одного туриста составят:

$$81\ 860./10\text{чел.} = 8\ 186\text{руб./ чел.}$$

В статью расходов на проживание входит размещение туристов в больших двухместных номерах гостиницы «Азия» в г. Благовещенске на двое суток, а также 2х и 3х- местных номерах гостиницы «Юность» в г. Тында на двое суток. Стоимость проживания в гостинице «Азия» составляет 2000 рублей в сутки на одного туриста, в гостинице «Юность»– 800 рублей на человека. Расходы на проживание гида – экскурсовода учитываются только при формировании затрат в гостинице «Юность».

Следовательно, **расходы на проживание составят**

$$2\text{с.} * 2\ 000\text{руб.} * 10\ \text{чел.} = 40\ 000\ \text{руб. (гостиница «Азия»);}$$

$$2\text{с.} * 800\ \text{руб.} * 11\ \text{чел.} = 17\ 600\ \text{руб. (гостиница «Юность»)}$$

Итого расходов на проживание на группу:

$$40\ 000 + 17\ 600 = 57\ 600\ \text{руб.}$$

Итого расходов на проживание на одного туриста:

$$57\ 600\text{руб.}/10\text{чел.} = 5\ 760\ \text{руб./чел.}$$

В статью **расходов на питание** входит стоимость завтраков в 5-й, 6-й, 7-й дни пребывания на маршруте (завтраки во 2-й и 3-й дни включены в

стоимость проживания в гостинице «Азия»). Средняя стоимость завтрака составляет 168 рублей. Расчет производится с учетом гида – экскурсовода. Средняя стоимость обедов – 400 рублей на человека (всего предусмотрено 6 обедов), средняя стоимость ужина – 450 рублей на человека (всего по маршруту предусмотрено 4 ужина). Кроме того, в калькуляционную статью «расходы на питание» включены затраты по организации чаепития в с. Солнечное – 2 000 рублей на группу.

Следовательно, **расходы на питание составят**

Завтраки: $168 \text{руб.} * 11 \text{чел.} * 3 = 5\,500 \text{руб.}$

Обеды: $400 \text{руб.} * 11 \text{чел.} * 6 = 26\,400 \text{руб.}$

Ужины: $450 \text{руб.} * 11 \text{чел.} * 4 = 19\,800 \text{руб.}$

Чаепитие: 2 000 руб.

Итого расходы на питание на группу: 53 700 руб.

Расходы на питание в расчете на одного туриста:

$53\,700 \text{руб.} / 10 \text{чел.} = 5\,370 \text{руб.}$

В статью расходов на экскурсионное обслуживание включается стоимость экскурсии в музей г. Благовещенска – 150 руб./чел., в музей истории БАМа – 80 руб./чел., в с. Солнечное – 50 руб./чел. и экскурсия к Усть-Нюкженским наскальным писаницам – 80 руб./чел.

Следовательно, **расходы на экскурсионное обслуживание составят** 360 рублей в расчете на одного туриста.

Стоимость услуг групповода составляют 500руб./сутки с учетом ЕСН – 14,2%.

Следовательно, **расходы на услуги групповода составят**

$500 \text{руб.} * 7 \text{с.} * 14,2 \% = 3\,997 \text{руб.}$

$3\,997 \text{руб.} / 10 \text{чел.} = 400 \text{руб.} / \text{чел.}$

Из этого складываются основные статьи прямых расходов.

Рассмотренный метод расчета цен называется затратным и основан на калькуляции полных, прямых, стандартных издержек при производстве туристского продукта и услуг. При этом методе норма прибыли,

покрывающая косвенные издержки туроператора, учитывается на уровне установленной отраслевой рентабельности. Эта стратегия ценообразования основана на издержках, которые включают не только прямые затраты на производство турпродукта, основанные на расчете его себестоимости, но и косвенные – налоги, оплату труда и прочее.²²

Для экономического обоснования турпродукта проведем анализ безубыточности турпродукта и покажем его графически. Для построения графика необходимо рассчитать: постоянные затраты (Z_{const}), переменные затраты на единицу продукта ($Z_{ср.вар}$), выручку от реализации тур продукта (N) и полную себестоимость (Z полн. себ).

Постоянные затраты Z_{const} не зависят от фактических объемов деятельности организации и их можно спрогнозировать вперед. В постоянные затраты обычно включают: арендную плату, заработную плату, амортизационные отчисления, оплату средств связи (телефон, Интернет), электроэнергию, расходы на рекламу и канцелярские товары. В рамках данной работы при расчете постоянных затрат автор исходил из того, что данный турпродукт будет реализован на фирме, которая уже действует на рынке туризма Амурской области и ведет упрощенную систему налогообложения. Тогда при расчете постоянных затрат будут учитываться только те расходы, которые необходимы для реализации данного турпродукта.

Рассчитаем постоянные затраты для данного турпродукта (таблица 7).

В статью общехозяйственные расходы включены затраты на амортизацию оборудования рабочего места, электроэнергия, содержание офиса, заработная плата управленческого персонала в части их отнесения только на рассматриваемый туристический продукт.

²² Балабанов И.Т. Экономика туризма: Учеб. Пособие / И.Т.Балабанов, А.И. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

Таблица 7 - Постоянные затраты по реализации туристического продукта
«Путешествие к двум культурам за неделю»

Наименование статьи затрат	Показатели в месяц, в рублях
Общехозяйственные расходы	30 000
Заработная плата:	
Менеджера по направлению	7 000
ЕСН (14,2 %)	994
Реклама	15 000
Сувениры для туристов	1 000
Итого	53994

Единый социальный налог ЕСН рассчитывается как 14,2 % от суммы заработной платы менеджера по направлению.

Таким образом, постоянные затраты (Z_{const}) для реализации данного турпродукта составляют 53 994 рублей в месяц.

Выручка от реализации (N) = P (продажная цена) * Q (количество путевок).

В состав переменных затрат на единицу турпродукта ($Z_{cp.var}$) включаются затраты на питание, проживание, транспортное и экскурсионное обслуживание.

Математически анализ безубыточности реализации туристического продукта определяется по формуле 1.

$$Q_{kp} = \frac{Z_{const}}{P - Z_{cp.var}}, \quad (1)$$

Таким образом, используя формулу 1, рассчитаем критический объем продаж туристического продукта «Традиционная культура и верования эвенков Приамурья».

$$Q_{kp} = \frac{53994}{26500 - 20076},$$

Критический объем продаж туристического продукта «Путешествие к двум культурам за неделю» составляет 9 единиц, и показывает, что начиная с продажи десятой путевки, туристическая фирма будет получать прибыль в размере маржинального дохода 6424 рубля с каждой последующей проданной путевки ($P - Z_{ср.вар} = 26500 - 20076$).

Также анализ безубыточности можно представить графически. На графике прямая N пересекается с прямой Z (полная себестоимость). Точка их пересечения определяется как $Q_{кр}$ (точка критического объема производства). В точке критического объема производства $Q_{кр}$ покрываются все затраты, нет ни прибыли, ни убытка.

Справа от нее находится область чистой прибыли. Для каждого значения количества единиц услуг чистая прибыль определяется как разность между величинами маржинального дохода и постоянных расходов.

Разница между выручкой от реализации и переменными затратами и составляет маржинальный доход, то есть это то, что остается от чистой продажной цены после вычета переменных затрат. Из маржинального дохода в первую очередь возмещаются постоянные расходы, а оставшаяся часть будет прибылью от реализации.

Слева от критической точки лежит область чистых убытков, которая образуется в результате превышения величины постоянных расходов над величиной маржинального дохода.

Опуская от точки $Q_{кр}$ перпендикуляр на ось OX , где показано количество единиц турпродукта, можно найти точку безубыточности фирмы.

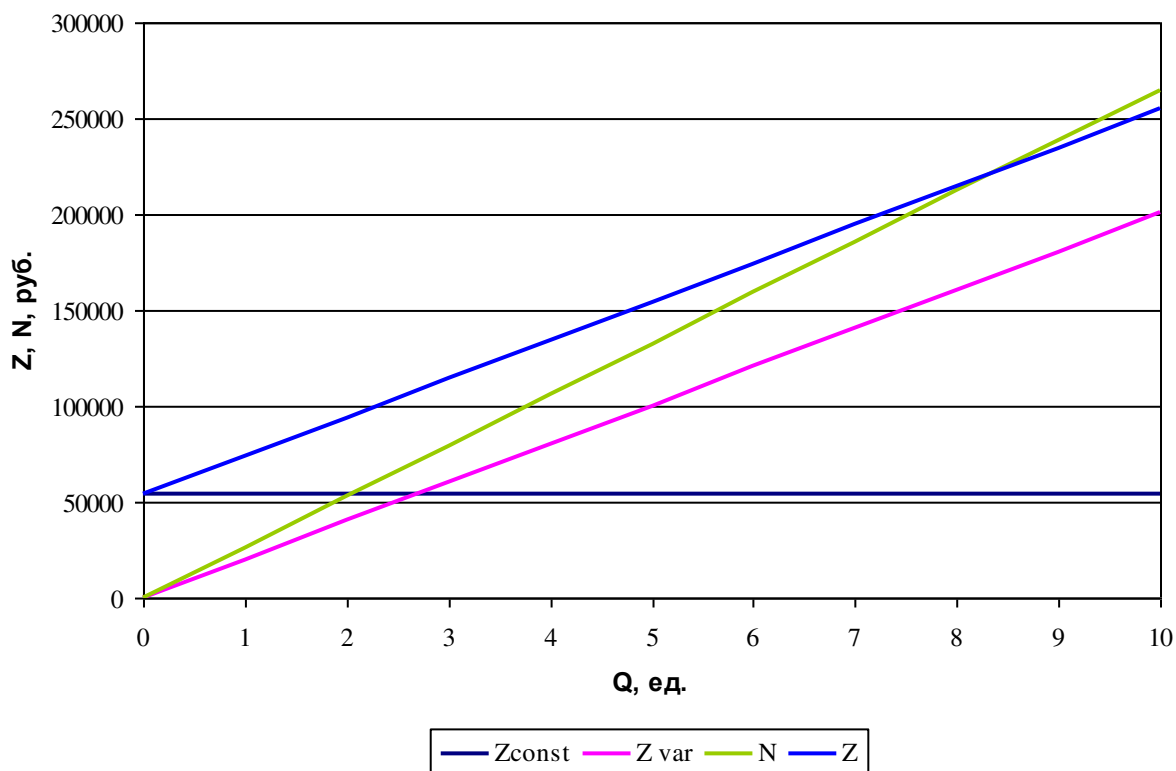


Рисунок 20 - Анализ безубыточности туристического продукта «Путешествие к двум культурам за неделю»

Разработанный турпродукт «Путешествие к двум культурам за неделю» направлен на развитие не только въездного, но и внутреннего туризма Амурской области, а также удовлетворяет научные и культурно-познавательные потребности путешествующих амурчан.

Данный турпродукт примечателен своей новизной, так как не предлагался ранее амурскими турфирмами. Необходимо отметить и то, что в стоимость турпакета входят все расходы

Разработав и рассчитав все затраты на производство и реализацию данного туристского продукта, а также его продажную цену, следует отметить, что он может стать достаточно привлекательным как иностранных туристов, так и для всех любителей и ценителей культуры коренных народов севера, экологически-чистой природы, а также сторонников активного отдыха.

Учитывая все положительные качества турпродукта можно предположить, что он займет достойное место на рынке услуг, будет способствовать расширению въездного туризма, стимулировать развитие индустрии туризма в регионе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм в настоящее время представляет собой "межотраслевой комплекс социально - бытовой инфраструктуры". В связи с этим сформировалась целая туристская индустрия, в рамках которой выделяются такие понятия как турпродукт, туристская услуга, тур, маршрут, туристский импорт и экспорт. Международный туризм как один из видов путешествия представляет собой туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Другими словами, международный туризм означает поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства, осуществляемые на основе межгосударственных договоров. В отличие от внутреннего туризма международный туризм сопровождается пересечением государственной границы и является одной из форм внешнеэкономической деятельности страны, следовательно, доходы и расходы от туристической деятельности включены в платежный баланс государства. В свою очередь международный туризм бывает въездной и выездной.

Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется в форме создания нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии. В рамках международного регулирования туристической деятельности под эгидой Всемирной туристской организации проводятся международные конгрессы, конференции, посвященные проблемам туризма. В России в сфере туристской деятельности приоритетными направлениями государственного регулирования признаются поддержка и развитие внутреннего и въездного туризма. Для достижения вышеперечисленных целей создана нормативно-правовая база: Федеральном закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 г., межправительственные Соглашения о сотрудничестве в области туризма, ряд иных нормативно-правовых актов.

Неравномерность темпов роста международного туризма в территориальном разрезе привела к значительному изменению карты мирового туризма. Доля Европы и Америки снизились при одновременном повышении удельного веса Азиатско-Тихоокеанского региона и некоторой стабилизации остальных регионов мира.

Говоря о развитии международного туризма в России, следует отметить, что основная особенность российской туристской деятельности - существенное превышения объема выездного потока российских туристов над въездным потоком иностранных граждан. Данная тенденция носит отрицательный характер, так как, прежде всего, преобладание импорта над экспортом туристических услуг ведет к вывозу капитала из России. Поэтому наиболее важными в сфере международной туристической деятельности в России являются проблемы въездного туризма.

Россия обладает немалым туристским потенциалом. Есть возможности для пляжного отдыха, огромный потенциал для экскурсионных программ, богатейшая культура, бесчисленное множество исторических памятников, редкая по красоте природа. Все упирается в проблему с развитием инфраструктуры – нехватка и низкий уровень средств размещения, транспортная проблема. При этом мировой опыт подсказывает: инвестиции в инфраструктуру способно сделать только государство, в задачу которого входит строительство дорог, аэропортов, проведение водопровода, канализации, газа, света. Решение указанных проблем требует проведения единой государственной политики в этой сфере, включающей большие финансовые вложения.

Международный туризм в России получит стремительное развитие тогда, когда представители государственной власти осознают в полной мере, что туризм - это большой бизнес, немалые доходы и множество новых рабочих мест, тогда понимание этого приведет к строительству современных гостиниц и дорог, курортов и санаториев, вокзалов и

аэропортов, всего того, что профессионалы турбизнеса и главное - сами туристы называют качественным туристским продуктом.

Развитие международного туризма в Амурской области происходит интенсивно, однако преимущественно в выездном направлении. В тоже время для экономики региона более выгодным является организация въездного туризма. Приграничное положение Амурской области с КНР обеспечивает предпосылки роста въездных потоков китайских туристов в регион.

В связи с этим автором был разработан экскурсионно-познавательный тур для иностранных туристов «Путешествие к двум культурам за неделю». Данный туристический продукт рассчитан на 7 дня и 6 ночей и включает полный пакет услуг. Маршрут по данному туру является комбинированным. Обслуживание туристов начинается и заканчивается на таможне г. Благовещенска, а в течение всего срока пребывания туристы посещают села Солнечное, Ивановка и г.Тында, с. Первомайское.

Стоимость данного туристического продукта составляет 26500 рублей. Анализ безубыточности производства и реализации туристического продукта показал, что критический объем реализации составляет 9 путевок, начиная с продажи последующей десятой путевки, фирма будет зарабатывать чистую прибыль в размере 6424 рублей.

По мнению автора, разработанный туристический продукт «Путешествие к двум культурам за неделю» при его реализации может занять достойное место на въездном рынке туристических услуг Амурской области, и будет способствовать развитию международного туризма в регионе.

Таким образом, все задачи, поставленные в работе решены и цель достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Федеральный закон Российской Федерации об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24 ноября 1996 года № 132 – ФЗ.

2 Федеральный закон о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 5 февраля 2007 г. - <http://www.rg.ru/2007/02/09/turism-dok.html>. – 24.10.2023.

3 ГОСТ Р 50681 – 94. Туристско–экскурсионное обслуживание. Проектирование туров.

4 ГОСТ Р50644 – 94. Требования по обеспечению безопасности.

5 ГОСТ 28681.0 – 90. Стандартизация в сфере туристско–экскурсионного обслуживания.

6 2007 год: Международный туризм – полный вперед! Последний выпуск барометра туризма ЮНВТО // 2019. <http://www.unwto.org>. – 24.10.2023.

7 INDRA-TOUR Словари компании: - Термины туризма, справочник туриста // INDRA-TOUR [Офиц. Сайт]. 2019. <http://www.indratour.net/dictionary?dict=1> (дата обращения: 3.09.2023)

8 Александрова, А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александровой. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

9 Ананьев, М.А. Международный туризм / М.А. Ананьев. - М.: Международные отношения, 2006. – 264 с.

10 Балабанов, И.Т. Экономика туризма: Учеб. Пособие / И.Т.Балабанов, А.И. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

11 Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: издательский дом Герда, 2001. – 320 с.

12 Богданова, С. Туризм с национальным лицом / С. Богданова // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2004. - № 9. – С. 62-63.

- 13 Буторова, Н. В. Менеджмент и маркетинг иностранного туризма / Н.В. Буторова Учеб. пособие. - М.: Советский спорт, 2001. – 165 с.
- 14 Возвращение выездного потока. 2019. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>. - 20.11.2023.
- 15 Въезд в Россию: что вернее – цифры или ощущения. 2019. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>. - 20.11.2023.
- 16 Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности Учебное пособие/ В.Г. Гуляев. -М.: Нолидж, 1996. –312 с.
- 17 Дементьев, С. Визитная карточка России // Турбизнес. – 2006. - № 4. – С. 11 – 12.
- 18 Драчева, Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм /Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А. Рыбовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.
- 19 Здоров, А. Б. Экономика туризма: Учебник / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
- 20 Зорин И.В. Энциклопедия туризма/ И.В. Зорин; Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Финансы и статистика, 2003. -366 с.
- 21 Квартальнов, В. А. Иностраный туризм / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2004. – 264 с.
- 22 Квартальнов, В. А. Мировой туризм на пороге 2005 года: прогнозы и реальность. - М.: Финансы и статистика, 2003.
- 23 Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
- 24 Национальное достояние как основа турпродукта // Образовательный центр [Информац. сервер]. <http://www.bolshe.ru> (дата обращения: 20.10.2023).
- 25 Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник / В.С. Сенин – М.: Финансы и статистика, 1999. – 400 с.
- 26 Туризм в Амурской области: записка / Амурстат – Б., 2017. – 31 с.
- 27 Туризм в Амурской области: записка / Амурстат – Б., 2018. – 33 с.

28 Туризм в Амурской области: записка / Амурстат – Б., 2019. – 32 с.

29 Туризм в цифрах. 2019: Стат. сб. / ИИЦ «Статистика России» - М., 2019. - 39 с.

30 Tourism Highlights. 2019 Edition. 2019. Режим доступа: <http://www.unwto.org>. – 10.11.2023..