

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/100616>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА И РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ 6

1.1 Туристские кластеры понятие, цели, структура 6

1.2 Методика анализа туристского кластера региона 12

1.3 Перспективы развития туристских кластеров в РФ 15

2 АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ 20

2.1 Виды туризма в Республике Алтай 20

2.2 Развитие туристической отрасли Республики Алтай 30

3 РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ 35

3.1 Рекомендуемые мероприятия по развитию туристских кластеров в Республике Алтай 35

3.2 Социально-экономическая значимость рекомендуемых мероприятий 48

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 55

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 57

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Сегодня Республика Алтай привлекает многих туристов со всей территории современной России и в том числе туристов из других стран. Особенный пик наплыва туристов выпадает на весну и лето. Знаменитые курортные места на юге страны – Кавказ, Крым, Причерноморье в настоящее время считаются беспокойными и опасными регионами. Это одна из причин увеличения числа туристов на Алтай. Другая причина может объясняться красотами Алтая как горной страны, давно названной «жемчужиной Сибири».

Республика Алтай является регионом, обладающим признаками, присущими горным территориям. В связи с устойчивыми тенденциями роста спроса на туристские услуги и наличием нереализованного рекреационного потенциала для данных регионов развитие именно туризма рассматривается средством достижения конкурентоспособности. В экономической науке общепризнанной теории межрегиональной конкуренции и конкурентоспособности регионов, подобной теории международной конкуренции или конкуренции фирм, пока не существует. Вместе с тем четко обозначено, что конечной целью конкурентоспособности региона являются высокий уровень жизни населения и сохранение достигнутого уровня жизни. Таким образом, политика любого региона должна быть направлена на достижение конкурентоспособности его экономики.

Несмотря на то что формирование категории конкурентоспособности региона еще только начинается в экономической науке, известно, что это состояние региона как хозяйственной системы создается за счет его конкурентных преимуществ (это специфические черты и особенности региона, важные для целевых рынков и отличающие его от других регионов, создающие условия для устойчивого развития региона). Они обеспечиваются за счет конкурентных ресурсов, к которым в современных условиях можно отнести, наряду с традиционными (труд, земля, капитал), наличие самобытных народных ремесел, устойчивых экономических и социальных связей, сильного научно-образовательного комплекса и т. п.

Степень изученности проблемы. Многочисленные исследования проблем развития региональной экономики, в том числе по определению базовых отраслей, эффективных направлений инвестиционных расходов, по разработке и использованию схем развития и размещения производительных сил представлены трудами как зарубежных, так и отечественных ученых - Г.Армстронга, Р.Бреера, А.Ведищева, А.Гранберга, А.Добрынина, У.Изарда, Ф.Кларка, А.Лаунгарда, Н.Некрасова, А.Предела, А.Пробста, В.Рошера, С.Славина, Дж.Стюарта, Дж.Тэйлора, Х.Уильямса, Р.Уэстерфилда, С.Харриса, Р.Шнипера и мн. др., исторически заложивших основы науки.

Методы исследования. Методология работы базируется на принципах системного подхода, которые были реализованы посредством использования научных методов анализа и синтеза, теоретических и эмпирических обобщений.

Цель исследования – изучить и проанализировать туристский потенциал и разработку предложений по развитию туристских кластеров в Республике Алтай.

Задачи исследования:

- 1) изучить теоретические аспекты развития потенциала и развития туристических кластеров в России;
- 2) совершить анализ туристского потенциала в Республике Алтай;
- 3) разработать предложения по развитию туристских кластеров в Республике Алтай.

Объект исследования – Республика Алтай.

Предмет исследования – туристский потенциал и разработка предложений по развитию туристских кластеров.

Работа по структуре состоит из введения, трех глав основного текста, заключения и списка литературы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА И РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ

1.1 Туристские кластеры понятие, цели, структура

Современное состояние туристской отрасли в Российской Федерации обуславливает применение инновационных подходов к ее развитию [9; 13]. Одним из механизмов инновационного развития туризма стала Федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011– 2018 годы)». Реализация целей Программы основана на кластерном подходе. Понятие «кластер» относительно туризма употребляется, когда имеется в виду «сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом, и рекреационными услугами» [8].

В настоящее время кластерный подход стал ведущим в практике развития туризма в регионах РФ. Многие регионы рассматривают туризм как отрасль или межотраслевой комплекс, которые могут способствовать экономическому росту. В 2018 году завершилась реализация ФЦП, в связи с этим можно уже говорить о результатах кластерного развития туризма в регионах как платформе для дальнейшего формирования конкурентоспособной туристской отрасли. Туристские кластеры в соответствии с ФЦП созданы на территории таких регионов, как Ярославская, Ивановская, Рязанская, Ростовская, Псковская, Липецкая, Кемеровская, Тверская, Вологодской области, Алтайский, Краснодарский, Ставропольский край, Республика Бурятия, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Адыгея и других субъектах РФ. К 2018 году должны быть созданы и начать полноценно функционировать 53 туристских кластера, 44 из них созданы и развиваются за счет привлечения государственной поддержки из федерального бюджета.

При определении методологии исследований особую значимость имеют работы по теории кластерного развития М. Портера [21], М. Монфорта [20], Braunerhjelm, P., Feldman M. [15], Estrella R.G. [17], Mariussen E. [18], Karen G. Mills, Andrew Reamer, and Elisabeth B. Reynolds [19]. М. Портер сформулировал следующее определение: «Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций определенной сферы, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [21, с. 123].

В начале XXI века проблематика развития туристских кластеров стала актуальной в российских исследованиях.

Так, структуру и общие проблемы функционирования туристских кластеров изучали: Александрова А.Ю., Рудченко В.Н., Кропинова Е.Г. и Митрофанова А.В., Афанасьев О.Е., Ульяновченко Л.А., Виноградова М.В. и Гладская И.Г., Галиуллина Г. К., Галимов Ш.Ш. и Шабанова Л. Б., Ларионова Н.А.. Вопросам методики оценки эффективности кластеров посвящены работы таких авторов, как: Риммер М.И., Касатов А.Д. и Матиенко Н.Н., Ковалева Т.Ю., Морозова Ю.Ю. , Рутко Д.Ф. , Федорец Л.Н. и др. Специализация как фактор развития туристских кластеров предметом целенаправленных исследований в области кластерного развития пока не стала, хотя ряд исследователей обращается к данной теме. Практически всегда специализация туристских кластеров рассматривается как фактор, зависящий от ресурсного обеспечения развития туризма на данной территории, прежде всего от состояния природных и культурно-исторических ресурсов. На наш взгляд, специализация туристских кластеров недооценивается как фактор, формирующейся под влиянием внутрикластерной кооперации.

Можно предположить, что интенсификация кластерного развития туризма связана с использованием различных механизмов и инструментов, в том числе с диверсификацией специализации туристских кластеров. Данному вопросу уделяется недостаточное внимание как в практической, так и в теоретической плоскости. Специализация туристских кластеров основана на эффективном использовании туристских ресурсов и целенаправленном развитии туристского потенциала, что также связано с моделями кластерного развития. Актуальность данного исследования по вышеуказанной проблеме, с точки зрения формирования новых и развития существующих направлений, состоит в том, что существенное число туристских кластеров, созданных на территории Российской Федерации, не всегда успешно выполняют свою роль катализаторов развития туристской индустрии, обладают слабой конкурентоспособностью. Разработка методики изучения специализации туристских кластеров как фактора и механизма повышения эффективности их функционирования и решения региональных социально-экономических проблем необходима не только для развития существующих научных подходов, но и будет способствовать формированию новых направлений исследований в области кластерного развития туризма в Российской Федерации.

Методология изучения и оценки как процессов, так и результатов кластерного развития туризма определяется конкретными направлениями исследований. В ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» определено два типа туристских кластеров, развиваемых на территории страны при поддержке Программы: туристско-рекреационные и автотуристские. Данная типология вполне может быть рассмотрена как определение, пусть и в достаточно общих чертах, специализации туристских кластеров: «Туристско-рекреационные кластеры представляют собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой. Автотуристские кластеры объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Элементы сети автотуристских кластеров планируется располагать на наиболее загруженных федеральных автодорогах и в местах, приближенных к центрам притяжения туристов – историко-культурным центрам, природным заповедникам и другим туристско-ориентированным местам и объектам показа. Сетевое построение автотуристских кластеров создаст удобную базу для организации маршрутов автотуристов и обеспечит единый высокий стандарт услуг» [8]. Таким образом, специализацией автотуристских кластеров можно считать деятельность, направленную на удовлетворение потребностей транзитных туристов. Специализация туристско-рекреационных кластеров имеет более широкий спектр и направлена на удовлетворение потребностей, связанных с разными целями и различными типами рекреационной деятельности туристов. Также в программе указывается, что каждый из кластеров представляет собой «укрупненный инвестиционный проект, включающий ряд функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов...» [8]. На наш взгляд, именно функциональная взаимосвязь проектов, направленных на создание туристского кластера, может рассматриваться как один из наиболее важных факторов кластерной специализации. Для успешного управления кластерным развитием туризма в РФ необходимо исследовать процессы кластерного развития и выявить факторы и механизмы, которые способны повысить эффективность самих кластеров. Такие исследования возможны только с учетом опыта и результатов изучения кластеров в мировой и российской практике.

Вопросы кластерной специализации затрагиваются в работах, которые посвящены не столько развитию туристских кластеров, сколько промышленных, при этом проблема специализации туристских кластеров затрагивается не часто, чаще рассматривается специализация промышленных кластеров. Практически все авторы в работах, посвященных промышленным кластерам, рассматривают кластерную специализацию в контексте соотносённости с отраслью промышленности. Таким образом рассматриваются кластеры информационных технологий, приборостроения, радиоэлектроники, средств связи и телекоммуникаций, фармацевтические и др. Туристские кластеры мы рассматриваем как уникальные системы. При изучении специализации туристских кластеров мы опираемся на понимание специализации туристского кластера как отраслевой специализации [22]. Но специализация туристских кластеров носит сложный характер, обусловленный своеобразием туризма как отрасли. Поэтому уже традиционно многие учёные определяют туризм как сложный межотраслевой комплекс, включающий в себя туроператорские предприятия, коллективные и индивидуальные средства размещения, предприятия питания, музеи, производственные компании и т.д.

Необходимо отметить, что определенное видение туристской специализации регионов Российской

федерации существует не только гипотетически, оно нашло вполне четкое выражение в Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)». Определение 15 перспективных укрупненных инвестиционных проектов построено на корреляции регионов с приоритетными видами туризма. Для регионов практически определяется специализация по конкретным видам туризма. В качестве приоритетных видов туризма:

- оздоровительный туризм (Краснодарский край, Республика Крым, г. Севастополь, Оренбургская область, Республика Башкортостан, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика, Ставропольский край, Республика Северная Осетия – Алания, Республика Ингушетия, Республика Адыгея, Астраханская область, Республика Дагестан, Республика Калмыкия);
- культурно-познавательного туризма (Архангельская, Вологодская, Мурманская, Ленинградская, Новгородская, Псковская области, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Свердловская и Челябинская области, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, субъекты Российской Федерации, входящие в состав Центрального федерального округа);
- активного туризма (Алтайский край, Кемеровская и Новосибирская области, Республика Хакасия, Республика Тыва, Республика Алтай);
- круизного туризма ((Приморский край, Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Пензенская, Саратовская, Тверская, Астраханская, Ивановская, Костромская, Волгоградская, Ярославская области, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Марий Эл, Чувашская Республика, Архангельская, Мурманская области, Ямало-Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Республика Саха (Якутия), Хабаровский край, Амурская область, Еврейская автономная область, Камчатский край, Сахалинская область);
- экологического туризма (Иркутская область, Республика Бурятия, Забайкальский край).

Представляется вероятным, что проекты кластеров, не соответствующие рекомендованной специализации, не будут поддержаны в рамках программы.

Во всех регионах РФ присутствует культурно-познавательный туризм, в рамках которого можно выделить более узкую специализацию исходя из особенностей аттрактивности. Для всех регионов одним из приоритетных является сельский туризм. Под сельским туризмом в широком смысле понимают вид туризма, который ориентирован на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и малых городов; их специфики для создания комплексного туристского продукта.

Менее актуально данное направление развития для Тамбовской туристской агломерации. С сельским туризмом тесно связан гастрономический туризм, который целесообразно развивать и как специфическую туристскую деятельность, и как элемент маркетинговой концепции продвижения региональной сельскохозяйственной продукции. Еще один вид туризма, который не укладывается в рекомендованную культурно-познавательную специализацию, – деловой туризм. Он является наиболее перспективным для Липецкой туристской агломерации, туристские ресурсы которой практически не позволяют эффективно без ущерба для регионов в целом развивать культурно-познавательный туризм.

Специализация на втором уровне (как источника уникальности при производстве туристского продукта и формировании имиджа туристских территорий) реализуется в производственной деятельности предприятий, работающих на рынке туризма. Она обеспечивается культурными компетенциями руководства и сотрудников и выражается в маркетинговых стратегиях предприятий туристского сектора. Важным фактором специализации кластерных образований является формирование общих брендов. Несмотря на отсутствие брендов регионов у других областей, сформированные в общественном сознании устойчивые образы вполне соответствуют региональной идентичности и могут быть использованы для создания региональных туристских брендов как факторов развития внутрикластерной специализации. Также на формирование внутрикластерной специализации может повлиять разработка и реализация образовательных программ (в том числе дополнительного образования) с учетом внутрикластерной специализации в кластерных образованиях региона.

Выявленные в ходе исследования на территории регионов туристские кластерные образования вполне укладываются в существующие региональные стратегии туризма. Они могут стать своего рода территориями опережающего развития туристской сферы в своих регионах и сформироваться как туристские кластеры, способные повысить конкурентоспособность регионального туристского продукта.

1.2 Методика анализа туристского кластера региона

Анализ кластера рекомендуется проводить в три этапа:

1. Установление факта существования на изучаемой территории туристского кластера.
2. Идентификация туристского кластера (определение его границ, географического каркаса, структуры и отличительных характеристик).
3. Определение состояния и степени развитости кластера.

Первый этап. На этой стадии анализа необходимо установить является ли исследуемая территория кластером. Решить эту задачу рекомендуется с помощью качественного анализа соответствия изучаемой территории признакам туристского кластера. М. Портер, основоположник кластерного подхода в экономике, и другие исследователи считают, что одним из основных признаков кластера является территориальная локализация множества экономических субъектов основной и взаимодополняющих отраслей.

Однако для установления факта существования на изучаемой территории туристского кластера только признака территориальной локализации предприятий недостаточно, необходимо использовать следующие признаки:

1. Наличие уникальных туристских ресурсов.
2. Разработка и реализация конкурентоспособных туристских продуктов.
3. Существование на территории инфраструктуры, достаточной для организации туристской деятельности.
4. Наличие устойчивых экономических связей между организациями-производителями туристских услуг (предприятиями питания, транспорта, гостиницами и т.д.).
5. Возможность привлекать иностранных туристов и VIP-персон, что является доказательством туристской привлекательности данной территории.

6. Наличие государственных и некоммерческих институтов поддержки туристской деятельности в регионе. Перечисленные признаки являются индикаторами наличия или отсутствия туристского кластера на исследуемой территории. Если в результате качественного анализа будет сделан вывод о том, что туристский кластер на территории существует, то можно приступить ко второму этапу.

Второй этап. На этом этапе необходимо идентифицировать туристский кластер, т.е. определить его границы, географический каркас, структуру и отличительные характеристики. Кластер как группа географически взаимодействующих компаний и организаций должен иметь территориальную привязку, свои географические границы и географический каркас. Географический каркас формируют транспортные коммуникации (дорожная сеть, речные и морские коммуникации), которые соединяют между собой «опорные пункты» кластера в пределах его границ. «Опорные пункты» – это населенные пункты, представляющие интерес для организации туристской деятельности и обладающие необходимой для этого инфраструктурой. Кроме «опорных пунктов», туристский кластер может иметь «центры туристских потоков» – крупные населенные пункты, через которые в кластер прибывают туристы из других регионов и стран. Как правило, такие центры являются не только пунктами прибытия и убытия туристов, отправной точкой всех маршрутов, но и сами обладают мощными туристскими ресурсам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуальные проблемы развития туризма : Материалы международной научно-практической конференции, 12-13 марта 2018 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2018. – 516 с
2. Александрова А.Ю., Владимиров Ю.Л. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2016. — №1. — С. 47-58.
3. Афанасьев О. Е. Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. №1. С. 37 – 46.
4. Афанасьев О.Е. Типологизация туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2016. — Т. 10. — №1. — С. 37-46.
5. Ахметшина Э.Р., Зульфикарова Л.Ф. Туристско-рекреационный кластер – оптимальный объект для реализации механизма государственно-частного партнерства // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 3. С. 13-16.
6. Боголюбова Е. В. Современные тенденции и перспективы развития международного туризма // Молодой ученый. — 2017. — №37. — С. 52-55.
7. Воротникова Л. О государственно-частном партнерстве в системе социального обслуживания населения.// Самоуправление. 2015. №2. С. 22-24.
8. Галиуллина Г. К., Галимов Ш. Ш. и Шабанова Л. Б. 2014. Метод анализа туристского кластера региона //

Вестник ТИСБИ. № 2 (58). С. 141-149.

9. Ганущак-Ефименко Л.Н. Конкурентные преимущества кластерообъединенных предприятий на рынке // Актуальные проблемы экономики. — 2010. — №3(105). — С. 143-147.
10. Голондарев К.С. Централизованная модель развития кластера делового туризма как наиболее эффективный путь его функционирования // Экономика и управление: теория и практика : сборник статей (Чебоксары, 31 октября 2018 г.) – Чебоксары: ИД «Среда», 2018. – С. 55-61.
11. Графова Г.Ф., Корнаухов А.С. Кластерная структура как возможность реализации синергетического подхода взаимодействия бизнеса и интеллектуального потенциала. В сборнике: Тенденции и перспективы развития социотехнической среды Материалы III международной научно-практической конференции. 2017. С. 346-349.
12. Гуриева Л.К., Созиева З.И. Туристический кластер региона: проблемы и перспективы создания // Региональная экономика. Теория и практика. — 2009. — №22(115). — С. 72-80.
13. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» // Региональная экономика. Теория и практика. — 2013. — №33(312). — С. 45-53.
14. Джанджугазова Е.А., Черникова Л.И., Фаизова Г.Р. Туризм и региональное развитие в условиях новых российских реалий. М., Русайн, 2016
15. Ковалев Ю.П. Особенности создания концепции формирования локальных туристских кластеров // Туризм и региональное развитие. — 2014. — №7.
16. Колодий Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте. Учебное пособие [Текст] / Н.А. Колодий. М.: Юрист, 2016. – 328 с.
17. Комарова М.Е. Туристские кластеры как основа развития регионального туризма (на примере Белгородской области)// Сервис в России и за рубежом.-2016.-С.16- 29
18. Курбанов С.А., Хамурадов М.А. Риски и их роль в государственно-частном партнерстве // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. 2016. №8. С. 16-22.
19. Курченков В.В., Фетисова О.В., Тютюшева А.Г., Матина Е.С. Проблемы типологии региональных туристских кластеров // Вестник АГТУ. Серия Экономика. — 2016. — №1. — С. 7-13.
20. Молчанов И.Н. Проблемы формирования и финансирования туристских кластеров в регионах России // Вести ВГУ. Серия 3. Экономика. Экология. — 2016. — №1(34). — С. 45-57.
21. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] / М.А. Морозов. М.: Академия, 2016. 288 с
22. Печерица Е.В. Кластерный подход к управлению конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов в индустрии гостеприимства // Региональная экономика. Теория и практика. — 2012. — №22(252). — С. 45-53
23. Рагозина А. А. Связи с общественностью в продвижении туристического кластера в контексте социально-экономического развития региона (на примере туристического кластера Северо-Кавказского федерального округа): магистерская диссертация: 42.04.01 / А. А. Рагозина; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Гуманитарный институт; науч. рук. А. А. Башкарев.— Санкт-Петербург, 2017.
24. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 5 / Г.И. Абдрахманова, П.Д. Бахтин, Л.М. Гохберг и др.; под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. унт «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2017.
25. Рудченко В. Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2016. №4 (41). – С. 12-18.
26. Современные стратегии социально-экономического развития регионов: сборник научных трудов по материалам I международной научно-практической конференции 25 марта 2016 г. - Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - 2016. - 97 с.
27. Трегулова И.П. Организация кадровой политики для эффективного управления персоналом предприятия туристического бизнеса [Текст] / И.П. Трегулова // Современные научные исследования и разработки: Сб. статей. 2016. № 7. С. 223-230.
28. Шитов В.Н. Информационные технологии в туристской индустрии. Учебное пособие [Текст] / В.Н. Шитов. М.: КноРус, 2016. 386 с.
29. Гатауллина С.Ю., А.А. Гуркова. Разработка кластеров как основа концепции развития туризма в Приморском крае// Человек. Природа. Общество. Электрон. науч. журнал. – 2013. – № 2.– [Электронный ресурс]– URL: noosphere.esrae.ru/2-18
30. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.altairegion22.ru/info/tour/altai/>

31. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 "О Федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)" (с изменениями на 7 февраля 2018 года). [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902295121>
32. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 18.04.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/.
33. Постановление правительства РФ от 15 апреля 2014 года № 317 «Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013-2020 годы» [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.garant.ru/70644226/>
34. Радужный бренд. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2019/09/17/reg-sibfo/altajskij-kraj-privlekaet-vse-bolshe-turistov.html>
35. Тютина Л. А. Опыт реализации туристских инвестиционных проектов в России / Л. А. Тютина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 4 (242). — С. 264-266. [Электронный ресурс]. – URL: <https://moluch.ru/archive/242/55962/>
36. Эффект трех звезд. Смогут ли курорты Северного Кавказа стать мировым туристическим брендом России // Российская газета - Экономика Северного Кавказа №5894– [Электронный ресурс] – URL: <https://rg.ru/2012/09/26/regskfo/turizm.html>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/100616>