

Псковский регионологический журнал 2013-2024

ISSN 2079-8784

URL - <http://ras.jes.su>

Все права защищены

Выпуск 2 (42) Том . 2020

Портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ»

Митрофанова Анна Владимировна

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Российская Федерация, Калининград

Баландова Ульяна Александровна

Магистрант, Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Российская Федерация, Калининград

Аннотация

В статье представлены результаты исследования, цель которого заключалась в сопоставлении пространственной организации туристской деятельности муниципального образования «Янтарный городской округ» Калининградской области и портрета потенциального потребителя туристских услуг. На основе проведённого анализа показаны взаимосвязи между видами туристской инфраструктуры и категориями потенциальных потребителей туристских услуг. В качестве объекта исследования выбрана территория муниципального образования «Янтарный городской округ» Калининградской области. Проведена оценка туристско-рекреационного потенциала данной территории. Результаты исследования показали, что, несмотря на высокий туристско-рекреационный потенциал, ярко выражена сезонная летняя рекреация (период отпусков) и внутренняя рекреация жителей региона в выходные дни.

Данную тенденцию возможно изменить в случае применения рационального подхода к пространственной организации туристской деятельности с учётом интересов потенциальных потребителей, развития взаимодополняющих туристских предложений, обустройства туристкой инфраструктуры, предлагающей всесезонную рекреацию, и проведения активной программы

геобрендинга «Янтарный городской округ» Калининградской области на внутреннем и международных туристских рынках, в т. ч. на основе проведения событийных мероприятий и использования современных масс-медиа для повышения туристской привлекательности территории.

Ключевые слова: туристская привлекательность территории, туристская инфраструктура, виды туризма, оценка туристско-рекреационного потенциала территории

Дата публикации: 17.06.2020

Ссылка для цитирования:

Митрофанова А. В. , Баландова У. А. Портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ» // Псковский регионологический журнал – 2020. – Выпуск 2 (42) С. 136-146 [Электронный ресурс]. URL: <https://prj.pskgu.ru/S221979310008586-7-1> (дата обращения: 04.05.2024). DOI: 10.37490/S221979310008586-7

¹ **Введение.** В современных исследованиях проблем социально-культурного сервиса и туризма большое внимание уделяется вопросу конкурентоспособности регионального и муниципального туристского продукта, факторам формирования новых форм рекреации, определения и стимулирования спроса потенциальных потребителей туристских услуг.

² **Фундаментом** успешного подхода к пространственной организации и развитию туристкой деятельности является сопоставление туристского потенциала территории, определение интересов потенциальных потребителей туристских услуг и развитие соответствующей инфраструктуры. К сожалению, на практике, при планировании пространственной организации туристкой деятельности не всегда учитывается портрет потенциального потребителя услуг. На основе государственно-частного партнёрства, а также в рамках реализации федеральных, региональных, муниципальных программ развития туризма, в регионах искусственно создаются туристские кластеры, однако данные туристско-рекреационные системы не всегда являются устойчивыми и конкурентоспособными. Пилотируемые государством туристские кластеры менее конкурентоспособны по сравнению со стихийно образованными туристскими системами в бизнес-среде на основе учёта интересов потенциальных потребителей.

³ **Исходные предпосылки.** Пространственная организация туризма является фактором развития современного общества. Туристская индустрия превратилась в неотъемлемый элемент потребительских моделей и влияет на поведение значительной части населения. Создание объектов туристской инфраструктуры стало творческим процессом [2].

⁴ При формировании туристского продукта необходимо понимать, для какой целевой аудитории данное предложение будет интересно и полезно. С этой целью составляется портрет потенциального потребителя туристских услуг рассматриваемой территории.

5 Моделирование туристского предложения должно основываться на интересах и потребностях потенциальных потребителей, их ценностном восприятии, а также отношении к территории и намерении путешествовать. [9].

6 Портрет потребителя туристских услуг — это собирательный образ потенциальных или реальных потребителей различного вида туристских услуг.

7 С связи с трансформацией предпочтений потенциальных потребителей туристских услуг в отечественных исследованиях появляются такие понятия, как «новый» туристский продукт [4], «новый туризм» [5]. Авторы данных понятий говорят о том, что помимо традиционно выделяемых в рекреационной географии факторов развития туризма, необходимо учитывать динамические процессы, происходящие в современном обществе и влияющие на психологию потребления туристского продукта и его спрос, а также об усилении региональной составляющей, популяризации авторских туров и уход от традиционного подхода к формированию и продвижению туристского продукта.

8 Одна из современных тенденций развития туризма заключается в том, что в организации и реализации туристского продукта территории одновременно участвует как производитель услуг, так и их потребитель. [8]

9 Ю. А. Александрова отмечает, что «для территории же важно не просто развивать те или иные виды туризма — культурно-познавательного, купально-пляжного, сельского, экстремального и пр. — исходя из имеющегося туристско-рекреационного потенциала, а найти их оптимальное сочетание, обеспечивающее эффективное функционирование всего туристского территориально-производственного комплекса» [1]. Важно, чтобы качество туристского продукта территории соответствовали или превосходили ожидание потенциального потребителя туристских услуг.

10 Чёткое понимание потенциальных потребителей туристских услуг территории необходимо для разработки планов пространственного развития туризма, определения ключевых «якорных» объектов, разработки концепций, стратегий, программ, а также проведения грамотной маркетинговой политики.

11 **Результаты исследования.** Определение потенциального потребителя туристских услуг территории основывается на оценке существующего туристско-рекреационного потенциала территории, включающего природные ресурсы, культурное наследие, уровень развития туристской и обеспечивающей инфраструктуры, уровень туристского освоения территории, экологическую обстановку, транспортную доступность, а также перспективы развития данной территории на основе принципов устойчивого развития туризма, возможность реализации инвестиционных проектов. Таким образом, определены взаимные связи между туристско-рекреационным потенциалом территории и потенциальным потребителем туристских услуг.

12 С целью апробации данной гипотезы авторами предложена оценка туристско-рекреационного потенциала муниципального образования «Янтарный городской округ» Калининградской области для определения потенциального портрета потребителя туристских услуг данной территории. С этой целью

проведён комплексный анализ туристско-рекреационного потенциала территории, позволивший выявить основные места туристского притяжения, наиболее привлекательные объекты туризма, виды туризма, и выявлены основные проблемы рекреационного развития.

¹³ В настоящее время усилия муниципального образования «Янтарный городской округ» Калининградской области направлены на формирование и развитие двух кластеров: янтарного и туристского. Данные сферы являются приоритетными направлениями развития экономики данной территории, взаимосвязаны и дополняют друг друга. По состоянию на 01.01.2019 г. на территории МО «Янтарный городской округ» зарегистрировано 363 субъекта хозяйственной деятельности, из них 361 субъекты МСП¹.

¹⁴ Отраслевая структура субъектов малого и среднего предпринимательства следующая¹:

- предоставление услуг — 35 %;
- янтарное производство — 30 %;
- торговля — 24 %;
- строительство, производство — 12 %;
- гостиница, рестораны, кафе — 5 %.

¹⁵ Основными промышленными объектами муниципального образования «Янтарный городской округ» являются¹:

- 1) АО «Калининградский янтарный комбинат»;
- 2) АО «Янтарный Ювелирпром».

¹⁶ Для развития туризма принята муниципальная программа муниципального образования «Янтарный городской округ» «Развитие туризма» на 2015–2020 гг.².

¹⁷ В соответствии со статистическими данными отмечается ежегодный рост туристского потока в муниципальное образование «Янтарный городской округ». Положительная динамика роста туристского потока показана на рис. 1.

¹⁸

Рис. 1. Количество человек посетивших муниципальное образование «Янтарный городской округ», чел. (составлено авторами на основе источника²).

¹⁹ Посещаемость муниципального округа выросла с 55 тыс. чел. в 2015 г. до 106 тыс. чел. в 2016 г. Прирост составил 92,73 %, что является очень высоким показателем. В 2017 г. округ посетило уже 150 тыс. чел.

²⁰ Необходимо отметить, что высокая динамика роста туристского потока отмечается в целом в Калининградской области. На рис. 2 отражено количество туристов, посетивших Калининградскую область.

²¹ **Рис. 2.** Количество туристов, посетивших Калининградскую область, чел. (составлено авторами на основе источника³).

²² В 2018 г. Калининградскую область посетило более 1,5 млн чел. В соответствии с данными «ТурСтата» ежегодный рост туристского потока в регион

составляет 7–10 %³. При этом, доля посетивших в 2018 г. «Янтарный городской округ» от общего числа туристов, посетивших Калининградскую область, составила 10,3 %.

²³ В соответствии с данными опроса представителей туристского бизнеса и экспертной оценки специалистов по туризму муниципального образования «Янтарный городской округ» потребителями туристских услуг данной территории являются как женщины, так и мужчины, интересующиеся пляжным, рекреационным, познавательным, экологическим, водным, спортивным и событийным туризмом. География туристского потока является достаточно широкой — внутренние туристы (граждане Российской Федерации); туристы и экскурсанты, прибывшие из региона Балтийского моря (Германии, Литвы, Латвии, Польши, Эстонии); а также жители региона. Продолжительность пребывания на территории округа — от одного дня до нескольких месяцев в высокий сезон. Местом проживания на время отдыха в муниципалитете выбирают гостиницы, апартаменты или частное жильё.

²⁴ В муниципальном образовании «Янтарный городской округ» развиваются следующие виды туризма: пляжный, оздоровительный, познавательный, экологический, водный, спортивный, событийный.

²⁵ Основным видом туризма является пляжный отдых. Главным природным ресурсом, привлекающим отдыхающих в муниципальное образование «Янтарный городской округ», является морское побережье, просторные песчаные пляжи, протяжённостью около шести километров. С 2016 г. пляж на данной территории получил экологический знак качества «Голубой флаг». Он стал первым в России пляжем, официально отмеченным данным статусом. В настоящее время два пляжа на территории муниципального образования «Янтарный городской округ» отмечены международным экологическим статусом «Голубой флаг»⁴. Пляжные комплексы оборудованы по общепризнанным европейским стандартам организации пляжного отдыха. Кроме того, пляжи оборудованы доступной средой для людей с ограничениями по здоровью: дорожки для передвижения по пляжу на коляске, настил для загорания, специальные лежаки и матрасы, подъёмник для пересадки человека из коляски на шезлонг, коляска для плавания.

²⁶ Развитию рекреации на территории муниципального образования способствует трансграничное сотрудничество в туризме. По программе приграничного сотрудничества Европейского инструмента соседства и партнёрства (ЕИСП) «Россия — Польша — Литва» 2007–2013 гг. в рамках международного проекта «Янтарное побережье Балтики» был реализован международный трансграничный проект «Балтийский янтарный берег. Развитие трансграничных территорий путём строительства и модернизации туристической инфраструктуры. Часть II» ILPR. 02.01.00-96-044/10⁵.

²⁷ Общей целью проекта является повышение туристского потенциала на территории программы сотрудничества путём развития туристической инфраструктуры в муниципальном образовании «Янтарный» и интеграция Янтарного в общую сеть туристских маршрутов. В результате реализации проекта

вдоль берега моря был построен променад из лиственницы длиной 2 км. Его общая длина — 1980 метров, в т. ч. 700 метров — над водой. Променад имеет значительную «надводную» часть — он идёт над лагуной, образовавшейся на месте одного из бывших карьеров по добыче янтаря. Сооружение тянется вдоль большей части городской береговой линии. На променаде установлены громкоговорители и доступная среда-подъёмник для мало мобильных групп населения⁵.

²⁸ Спортивный и водный туризм также обрёл большую популярность среди отдыхающих. Многие организации предлагают активные виды отдыха. Организован прокат велосипедов и водные виды транспорта, предлагаются пешеходные и конные прогулки. На побережье озера Янтарного расположены: Центр активного туризма, База «Вальтер», Центр подготовки аквалангистов «Посейдон 39», парусная школа, дайвинг клуб «Демерсус».

²⁹ На пляжах проводятся спортивные мероприятия и соревнования по мини-футболу, волейболу, спортивному ориентированию, плаванию на открытой воде «Янтарная миля», пляжным видам спорта, Европейский сателлит по пляжному волейболу, регби.

³⁰ Для расширения зоны действия спортивного и водного туризма требуется: рациональное освоение территории прилегающей к озеру Янтарному — расчистка и благоустройство территории, создание удобного подъезда, организация велодорожек и вело маршрутов.

³¹ Историко-культурный потенциал территории также привлекает туристов. Основными объектами культурно-познавательного туризма являются⁶:

- городской парк им. М. Беккера с редкими породами деревьев;
- шахта «Анна» (мемориальный комплекс жертвам массового расстрела 1945 г.);
- памятник «Жертвам Холокоста»;
- мемориал воинам-освободителям Великой Отечественной войны 1945 г.;
- православная церковь Казанской Иконы Божьей матери;
- мост пешеходный и автомобильный ул. Советская;
- водонапорная башня по ул. Железнодорожная, 5в;
- дом культуры ул. Советская, 70;
- здание «Шлосс-Отеля» (ул. Советская, 68);
- 8 жилых домов постройки начала XX в.;
- частные музеи (музей «Корневой скульптуры» и т. п.).

³² Особым брендом территории является янтарь. Данная тема привлекает как отдельную целевую группу туристов, так и диверсифицирует муниципальный туристский продукт, определяет конкурентное преимущество территории. К «якорным объектам» международного туристского маршрута «Великий янтарный путь», расположенным на территории муниципального образования «Янтарный городской округ» Калининградской области, относятся:

- объект туристского показа выставочный зал «Янтарная палата»;
- смотровая площадка карьера Янтарного комбината;
- музейно-выставочный комплекс «Янтарный замок».

Особое внимание в округе уделяется событийному туризму. Ежегодно в рамках международного сотрудничества проводится полуфинал Международного чемпионата по ловле янтаря, Международный музыкальный фестиваль «Янтарный пляж», спортивные мероприятия по плаванию на открытой воде «Янтарная миля». Проведение музыкальных фестивалей и спортивных мероприятий позволяют привлечь на территорию туристов из приграничных территорий и других регионов России.

На территории муниципалитета получил развитие и экологический туризм — пешие и велосипедные прогулки по лесопарку, на протяжении всей прибрежной зоны расположены широколиственные и сосновые леса, прогулки по парку и променаду. Организован кемпинг на территории озера Янтарное.

На основе анализа туристско-рекреационного потенциала территории определены основные целевые группы туристов, для которых данная территория является привлекательным местом отдыха.

Портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ» отражён в табл. 1.

Таблица 1 Портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ» (составлено авторами)

Вид туризма	Объект	Целевая аудитория	Услуги	Время пребывания	Возрастная категория, социальный статус
Пляжный, рекреационный	Городской пляж и променады Пляж, расположенный за границами городского пляжа	– туристы из других регионов РФ; – туристы, проживающие на территории Калининградской области - люди с ограниченными возможностями - туристы, с территории области, проживающие в округе (кемпинг)	– аренда инвентаря и оборудования; – пользуются услугами предприятий общественного питания и предприятий индустрии гостеприимства; – аренда частного жилья/ апартаментов - оборудована доступная среда для маломобильных групп населения	Отдых выходного дня, сезонный летний отдых	все возрастные категории, работающие, студенты, пенсионеры, школьники, дети
Познавательный	– объекты культурного наследия; – экскурсионные объекты, достопримечательности	– экскурсанты с территории РФ; – экскурсанты из ближайшего зарубежья (Германия, Литва, Латвия, Польша, Эстония); – экскурсанты, проживающие на территории Калининградской области – туристы	– предоставление услуг культурно-познавательного туризма; – предоставление экскурсионных услуг; – услуги предприятий общественного питания; – пользуются услугами	в течение 1 дня отдыха выходного дня, сезонный летний отдых	все возрастные категории, работающие, студенты, пенсионеры, школьники, дети

		из других регионов РФ – туристы с ближайшего зарубежья	предприятий общественного питания и предприятий индустрии; гостеприимства – аренда частного жилья/ апартаментов		
Водный	Объекты, расположенные у береговой линии озера Янтарное: – центр активного туризма «Вальтер»; – дайвинг-клуб «Демерсус» – Центр подготовки аквалангистов «Посейдон 39» – парусная секция	– туристы из других регионов РФ; – туристы, проживающие на территории Калининградской области	– аренда инвентаря и оборудования, техники; – обучение	отдых выходного дня, сезонный летний отдых	дети, юношеская зрелая работа, служба, студенчество, школы, детские
Спортивный	– конно-спортивный клуб «Беккер» – пляжно-спортивные мероприятия	– туристы из других регионов РФ; – туристы из ближайшего зарубежья; – туристы (участники международных мероприятий), проживающие на территории Калининградской области	– развлекательные программы; – пользуются услугами предприятий общественного питания и предприятий индустрии гостеприимства	отдых выходного дня, сезонный летний отдых	Все категории работа, служба, студенчество, школы
Экологический	– Парк «им. Морица Беккера» (пешеходные экскурсии и конные прогулки); – рекреационная зона вдоль побережья; – природные ресурсы (сбор облепихи, шиповника)	– туристы из других регионов РФ; – туристы из ближайшего зарубежья; – туристы, проживающие на территории Калининградской области	– пользуются услугами предприятий общественного питания и предприятий индустрии гостеприимства; – аренда частного жилья/ апартаментов; – прокат велосипедов и др.; – конные прогулки	отдых выходного дня, сезонный летний отдых, каникулярный период	все категории работа, служба, студенчество, пенсионеры
Событийный	Событийные мероприятия	– туристы из других регионов РФ; – туристы из ближайшего зарубежья (участники международных мероприятий); – туристы, проживающие на территории Калининградской области	– организация и участие в событийных мероприятиях; – услуги предприятий общественного питания; – аренда частного жилья/ апартаментов	отдых выходного дня, сезонный летний отдых, каникулярный период	все категории работа, служба, студенчество, пенсионеры, школы

38 Анализ таблицы 1 «Портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ» показывает, что, несмотря на высокий туристский потенциал территории, в настоящий момент основной категорией туристов и посетителей «Янтарного городского округа» являются внутренние туристы и однодневные рекреанты Калининградской области, которые приезжают в муниципалитет на короткий срок, а также туристы из других регионов Российской Федерации и ближайшего зарубежья, посещающие регион в летний сезон. В связи с тем, что пляжная рекреация является основным видом туризма на данной территории, выражен высокий уровень сезонности спроса на туристские услуги.

39 В соответствии с концептуальной моделью туристского дестинационного пространства Ж. О. Ж. Лундгрена [10], «Янтарный городской округ» Калининградской области можно классифицировать как зона однодневных, выходных и отпускных поездок.

40 **Заключение.** Развитие туристской деятельности на территории «Янтарного городского округа» Калининградской области, обустройство туристской инфраструктуры, создание якорных туристских объектов должно основываться на анализе туристского-рекреационного потенциала территории, а также должно соотноситься с портретом потенциальных потребителей туристских услуг данной территории.

41 С целью увеличения туристского потока и изменения потребительской модели туристского рынка «Янтарного городского округа» Калининградской области предложен ряд мер:

- строительство сети малоэтажных курортных гостиниц эконом-класса в экологическом стиле с возможностью заселения автобусной группы;
- строительство современного оздоровительного комплекса, Wellness-центра, развитие круглогодичной рекреации и оздоровительного туризма;
- расширение комплекса предприятий и объектов развлекательной сферы;
- обустройство обеспечивающей туристкой инфраструктуры, такой как верёвочный парк, велосипедная дорожка;
- рекреационное освоение территории, прилегающей к озеру Янтарному.

42 В связи с ежегодным увеличением потока туристов следует рассмотреть возможность восстановления железнодорожного сообщения с Калининградом, а также другими прибрежными городами.

43 Важное значение имеет проведение активной маркетинговой политики территории, в т. ч. с помощью современных масс-медиа.

44 Примером применения масс-медиа продвижения «Янтарного городского округа» Калининградской области на российский туристский рынок стало съёмка и показ остросюжетного многосерийного телевизионного художественный фильма режиссёра Марка Горобца, снятого в 2018 г., «Жёлтый глаз тигра»⁷. В фильме демонстрируются природные, культурно-познавательные ресурсы территории, её туристский потенциал. По итогам показа повысилась узнаваемость территории «Янтарного городского округа» Калининградской области как туристского центра.

Составленный портрет потребителя туристских услуг муниципального образования «Янтарный городской округ» отражает современную ситуацию развития туризма в муниципальном образовании Калининградской области, позволяет определить приоритетные направления развития, выявить лимитирующие факторы и предложить меры и инструменты дальнейшего развития и продвижения территории как привлекательного туристского центра.

Примечания:

1. Паспорт муниципального образования «Янтарный городской округ» по состоянию на 01.01.2019 г. [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.10.2019).
 2. Официальный сайт муниципального образования «Янтарный городской округ» // Муниципальная программа «Развитие туризма» на 2015–2020 годы. [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.10.2019).
 - см.
 - см.
 3. «ТурСтат». [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.10.2019).
 4. Информационный портал «Новый Калининград». [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.11.2019).
 5. Международный проект «Янтарное Побережье Балтики. Развитие трансграничной территории путём создания и модернизации инфраструктуры туризма, Часть II» ILPR. 02.01.00-96-044/10. [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 08.02.2019).
 6. Паспорт муниципального образования «Янтарный городской округ» по состоянию на 01.01.2019 г. [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.10.2019).
 7. Информационный портал «Новый Калининград». [Электронный ресурс]: URL: [>>>>](#) (дата обращения: 01.11.2019).
-

Библиография:

1. Александрова А. Ю. Туристские «ловушки» регионального развития // Инициативы XXI века. 2014. № 2. С. 52–57.
2. Зырянов А. И. Географические технологии в проектах развития инфраструктуры туризма // География и туризм. 2018. № 1. С. 61–71.
3. Зырянов А. И. Географические технологии туристского проектирования. Пермь: Пермский университет, 2010. 118 с.
4. Ибрагимов Э. Э., Нехайчук Д. В., Копачева Е. И. К вопросу исследования портрета крымского туриста: теоретические и практические аспекты // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. № 5 (87). С. 140–157.
5. Кошурникова Ю. Е. Разработка портрета современного туриста как основа клиенто-ориентированности туристского продукта // Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования». 2015. № 2–2. [Электронный ресурс]: URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=22851> (дата обращения: 20.01.2020).

6. Розанова Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма. М.: Дашков и К, 2011. 130 с.
7. Шабалина С. А., Краснов Е. В. Пространственный анализ туристско-рекреационной сферы // Региональные исследования. 2009. № 6 (26). С. 3–9.
8. Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism. An international approach.
9. Burlington: Elsevir, 2008.
10. King Ceridwyn & Grace Debra. Travel Decision Making An Empirical Examination of Generational Values, Attitudes, and Intentions // Journal of Travel Research. 2013. No. 52. P. 310–324.
11. Lundgren J. O. J. The tourist frontier of Nouveau Quebec: function and regional linkages // Tourist Review. 1982. Vol. 37. No. 2. P. 10–16.

Consumer profile of the tourist services of the "Yantarny urban district"

Anna Mitrofanova

Immanuel Kant Baltic Federal University

Russian Federation, Kaliningrad

Uliana Balandova

Master Student, Immanuel Kant Baltic Federal University

Russian Federation, Kaliningrad

Abstract

The article presents a study whose purpose was to compare the spatial organization of tourist activities of the municipality "Yantarniy urban district" of the Kaliningrad region and a potential consumer profile of tourist services. Based on the analysis, the relationships between the types of tourism infrastructure and the categories of potential consumers of tourism services are presented. The territory of the municipality "Yantarniy urban district" of the Kaliningrad region was selected as the case study, an assessment of the tourist and recreational potential of this territory was carried out. The research results showed that, despite the high tourist and recreational potential, seasonal summer recreation (vacation period) and internal recreation of the region's residents on weekends are pronounced.

This tendency can be changed if a rational approach to the spatial organization of tourism is taken into account, taking into account the interests of potential consumers, developing complementary tourist offers, arranging tourist infrastructure for all-season recreation and conducting an active geo-branding program "Yantarniy urban district" of the Kaliningrad region in the domestic and international tourist markets, including on the basis of events and the use of modern mass media to increase the tourist attractiveness of the area.

Keywords: tourist attractiveness of the territory, tourist infrastructure, types of tourism, assessment of the tourist and recreational potential of the territory

Publication date: 17.06.2020

Citation link:

Mitrofanova A., Balandova U. Consumer profile of the tourist services of the "Yantarny urban district" // Pskov Journal of Regional Studies – 2020. – No2 (42) C. 136-146 [Electronic resource]. URL: <https://prj.pskgu.ru/S221979310008586-7-1> (circulation date: 04.05.2024). DOI: 10.37490/S221979310008586-7