

УДК 379.85:332.14

О.А. Бабанчикова

*Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна*

## ОПЫТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

*Статья посвящена исследованию опыта развития современного событийного туризма в регионах РФ. Рассмотрены основные факторы развития событийного туризма в регионах и возможные стратегии его развития.*

**Ключевые слова:** *событийный туризм, событийный турпродукт, рынок событийного туризма.*

*The article is concerned with the research of the experience in the development of modern tourism in the regions of the Russian Federation. The main factors for development of event tourism in the regions and possible strategies for its development are considered.*

**Keywords:** *event tourism, event tourism product, market of event tourism.*

Отечественный событийный туристский продукт испытывает сильнейшую конкуренцию со стороны предложений международного рынка. В связи с этим необходимо вырабатывать систему мер по повышению его конкурентоспособности. Данная работа должна вестись в нескольких направлениях:

- повышение качества услуг событийного туризма;
- применение современных маркетинговых инструментов для формирования предложения услуг событийного туризма в соответствии с потребностями реальной и целевой аудитории покупателей;
- создание и поддержание конкуренции на рынке событийного туризма;
- активная политика продвижения российского продукта событийного туризма на внутреннем и мировом рынках.

Для адаптации предложения туристских услуг событийного туризма под требования туристов необходимо обеспечить возможность применения современных

методов маркетинга. Однако практика показывает, что многие туристские организации исходят чаще из своих возможностей и стереотипов традиционных представлений о потребностях клиентов, пренебрегая исследованиями рынка и определением своей целевой аудитории. Происходит это, с одной стороны, от инертности сознания руководителей, с другой стороны, по причине крайней ограниченности в средствах, ввиду низкой доходности и отсутствия обеспечения для получения кредитов, особенно предприятий малого бизнеса.

Поэтому для организации системной работы по повышению качества туристских услуг необходимо проведение маркетинговых исследований туристского рынка, систематическое проведение замеров предпочтений потребителей туристского продукта, сегментирование рынка, выявление основных тенденций на рынке, осуществление сбора и анализа данных о состоянии туризма. Результаты текущего

мониторинга общих тенденций изменения потребительского спроса на международном и внутреннем рынках необходимо предоставлять в открытом доступе для пользования всеми туристскими организациями. Появление такой информации обеспечит отрасль текущей информацией о состоянии потребительского спроса на туристские услуги и позволит реализовывать маркетинговый подход к формированию предложения и управлению туристскими организациями, продвигающими событийный туризм.

Необходимо поддерживать и развивать опыт в продвижении России как туристского направления на мировом рынке, используя весь спектр коммуникаций, включая меры событийного, представительского характера, межкультурные коммуникации, рекламу и информирование. Необходимо более активно использовать инструменты сети Интернет для продвижения отечественного продукта событийного туризма.

Активизации спроса на продукт событийного туризма, в том числе за счёт привлечения молодёжной аудитории, будет способствовать организация ряда ежегодных мероприятий, проходящих на определённых площадках в определённое время. Мероприятия (события) могут носить музыкальную, юмористическую, профессиональную, образовательную, этнокультурную, политическую, патриотическую, экологическую и другую направленность. Организация таких мероприятий возможна в форме семинаров, конкурсов, форумов, соревнований, смотров, слётов, вечеров знакомств, концертов, фестивалей и т.д. Полезно также рас-

смотреть вопрос о гастролировании некоторых событийных мероприятий по основным туристским кластерам в течение года [9].

Ввиду особой вовлечённости туристов в информационный обмен посредством Интернета, продвижение услуг событийного туризма должно проводиться понятными и близкими для целевой аудитории способами. Для этого необходимо организовать работу в социальных сетях и сформировать специализированную социальную сеть, объединяющую любителей событийного туризма. Также продвижение может осуществляться посредством разработки специализированного игрового контента. Создание ряда компьютерных игр с использованием тематики ресурсов событийного туризма различных регионов России может стать удачным рекламным шагом для привлечения туристов [9].

Вопросы повышения безопасности событийного туризма являются ключевым ядром современного этапа государственной политики в области туризма. Безопасность туриста напрямую зависит от политики государства, от мер, принимаемых организаторами событий и туроператорами, а также от действий самого туриста. Безопасность событийного туризма и уменьшение рисков при путешествии касаются широкого круга проблем, в том числе обеспечения медицинского обслуживания, проверки технического и санитарного состояния туристского инвентаря и объектов инфраструктуры событийного туризма, организации работы служб спасения и скорой помощи, страхования, своевременного информирования о существующих угрозах, обеспечения немедленного отклика на жалобы туристов и т.д.

Туристские предприятия обязаны ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению. Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания. Информация, характеризующая особенности туристской трассы, необходимый уровень личной физической подготовки туриста, особенности индивидуальной экипировки, должна содержаться в рекламно-информационных материалах и в тексте информационного листка к туристской путевке. Информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровье туристов в процессе обслуживания, должна предоставляться в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

С точки зрения изучения опыта событийного туризма, в России особый интерес представляют XXVII Всемирная летняя Универсиада в Казани, которая проходила 6–17 июля 2013 г., XXII зимние Олимпийские игры в г. Сочи – международное спортивное мероприятие, которое состоялось в феврале 2014 г., чемпионат мира по футболу в 2018 году.

Впервые в истории Всемирных студенческих игр, в столице Татарстана реализован проект «Культурная Универсиада», в рамках которого прошли уникальные в своём роде культурные мероприятия. Это целый ряд международных фестивалей в области культуры и искусства: театр, кино, классическая и современная музыка, балет, изобразительное искусство. «Культурная Универсиада» включала в себя ежегодные долгосрочные про-

граммы, «народные» конкурсные мероприятия, в ходе которых были отобраны участники церемоний открытия и закрытия Универсиады, а также традиционные национальные и городские праздники.

Одна из ключевых задач «Культурной Универсиады» заключалась в создании праздника для жителей Казани и гостей столицы Татарстана с их максимальной вовлечённостью в процесс подготовки и проведения мероприятий Универсиады – 2013.

Не менее важная задача проекта заключалась в том, чтобы рассказать гостям Казани о самобытной культуре России и её регионов, их историческом и культурном наследии. Демонстрация в рамках «Культурной Универсиады» шедевров многовекового искусства и культуры России способствовала созданию атмосферы радушия и гостеприимства для участников и гостей XXVII Всемирных летних студенческих игр 2013 г. и развитию международного культурного сотрудничества. Значительное место в проекте было уделено мероприятиям с участием молодых исполнителей из регионов РФ, а также стран зарубежья. Благодаря «Культурной Универсиаде» раскрылось большое число молодых талантов, которые смогут в будущем занять достойное место среди творческой элиты не только Татарстана, но и России [5].

Можно надеяться, что и после Универсиады специально построенная спортивная инфраструктура станет базой для проведения различных спортивных соревнований и развития событийного туризма.

XXII зимние Олимпийские игры состоялись в г. Сочи с 7 по 23 февраля 2014 года. Пятнадцать зимних спортивных

дисциплин, объединённых в семь олимпийских видов спорта, были включены в программу Игр – 2014. По их окончании на тех же объектах были проведены зимние Паралимпийские игры – 2014 [7].

В период подготовки к зимней Олимпиаде проводилась Культурная Олимпиада «Сочи 2014» – уникальный проект организаторов первых в истории России Зимних Игр, представляющий лучшие культурные мероприятия страны. С 2010 г. по 2014 г. на территории всей страны с центром в городе Сочи прошли тысячи разнообразных событий, посвящённых таким видам искусства, как кино (2010), театр (2011), музыка (2012), музеи (2013). Поклонники культуры и искусства посетили концерты, фестивали, спектакли, фильмы, выставки, инсталляции – всё то, что является культурным достоянием современной России.

Миссия Культурной Олимпиады «Сочи 2014» – сохранить и приумножить уникальное культурное богатство России, вовлечь каждого жителя в грандиозный праздник и представить в 2014 г. всё самое лучшее гостям Игр. Для того чтобы каждый желающий мог следить за событиями Культурной Олимпиады, работал официальный портал, основная задача которого – сделать проект по-настоящему народным [6].

Перечисленные спортивные соревнования и культурные программы привлекли сотни тысяч туристов, а созданная инфраструктура может быть использована и в дальнейшем для проведения спортивных и культурных мероприятий, развития событийного туризма [1].

В регионах накоплен значительный положительный опыт развития событий-

ного туризма и ивент-менеджмента. Например, правительствами Санкт-Петербурга и Ленинградской области разработаны программы развития туризма и их инфраструктуры, рассчитанные на массовое привлечение иностранных туристов в город и область в целях увеличения туристского потока и способные создать условия осуществления повторных, более продолжительных визитов в регионы. Ленинградская область располагает одной из наиболее развитых в России систем отдыха и туризма. Область имеет в своём распоряжении свыше четырехсот коллективных средств размещения. Практически все районы Ленинградской области обладают значительным потенциалом как в плане развития культурно-познавательного туризма, так и событийного.

Среди возможных стратегий Санкт-Петербурга в развитии событийного туризма можно выделить четыре варианта:

- проведение масштабных знаковых мероприятий, аналогичных Экономическому форуму;
- доведение существующих городских событий с высоким потенциалом до хорошего уровня;
- разработка новых уникальных проектов, основанных на собственной культурной составляющей;
- активное привлечение в город международных событий, как например саммит G20, концерты мировых звезд.

В июне 2011 г. правительством Санкт-Петербурга была принята программа развития туризма, рассчитанная до 2016 г. [8]. Эта программа предполагает развитие нескольких направлений туристской индустрии города. Приоритетными видами туризма

являются событийный и конгрессный туризм. Благодаря своему уникальному историческому прошлому, северная столица может предоставить большое количество интересных площадок для проведения самых различных мероприятий, в частности такие дворцы, как Таврический, Юсуповский, Мраморный, Шереметьевский, каждый из которых представляет собой произведение искусства.

В настоящее время в Санкт-Петербурге сложилась система культурных и общественно-политических мероприятий, проводимых, в разгар высокого сезона. Но если одни из них, например праздник Дня города и праздник выпускников школ «Алые паруса», должны проводиться в точно определённое время, то другие мероприятия, привлекающие большое количество туристов, например, Петербургский экономический форум, Международный банковский конгресс, балетный фестиваль «Звезды белых ночей» с точки зрения туризма было бы целесообразно проводить в период уменьшения потока туристов.

Следует отметить, что власти города, представители туристической индустрии и учреждений культуры предпринимают усилия, направленные на организацию привлекательных для туристов мероприятий в период низкого туристического сезона. С этой целью разработана и реализуется зимняя программа «Белые дни», которая включает в себя организацию нескольких фестивалей. Зимняя программа «Белые дни в Санкт-Петербурге» впервые была представлена в октябре 2002 г. по инициативе группы ведущих отелей. Эту программу поддержали и ведущие учреждения куль-

туры. К участию в мероприятиях в рамках программы «Белые дни» каждый сезон присоединяются новые участники. Однако предпринимаемые усилия пока не дали существенного роста туристического потока, нацеленного именно на мероприятия данной программы. К тому же большинство проводимых в городе фестивалей не нацелено именно на туристскую аудиторию. В результате Петербург до настоящего времени не стал общероссийской, а тем более европейской площадкой, на которую стремятся исполнители и заинтересованные иногородние и иностранные зрители.

Для того чтобы фестивальная деятельность стала существенным фактором развития туризма в Санкт-Петербурге, необходимо более активно рекламировать фестивальные мероприятия, активизировать работу по продвижению петербургской культуры и петербургских фестивалей на общероссийских телеканалах. Кроме того, необходимо продвигать новости петербургской культуры, в том числе информацию о проводимых в городе фестивалях, на специализированные европейские каналы и каналы в странах СНГ [2].

Для развития культурного туризма не менее важно создание и продвижение особых культурных мероприятий, соответствующих стратегии событийного туризма. Ярким примером появившегося в последние годы и получившим широкую известность за рубежом петербургским культурным событием стал новогодний Царский бал в Екатерининском дворце в Пушкине. Появление новых подобных мероприятий становится тем более актуальным по мере развития в Санкт-Петербурге условий для международного

яхтенного и круизного туризма. Пассажиры частных крейсерских яхт и круизных судов стремятся сделать свою культурную программу насыщенной. Поэтому учреждения культуры должны целенаправленно искать новые формы работы с этим сегментом туристского потока [2].

Реализация маркетинговой стратегии в Санкт-Петербурге в сфере событийного туризма включает целый ряд мероприятий. Среди них:

- обеспечение участия Санкт-Петербурга в международных туристских выставках в России и за рубежом в рамках реализации Плана выставочно-ярмарочных мероприятий;

- участие Санкт-Петербурга в морских фестивалях и специализированных выставках, проводимых в крупных приморских городах Европы, Скандинавии, США и Юго-Восточной Азии;

- подготовка и проведение презентационных мероприятий туристского потенциала Санкт-Петербурга в городах и странах, имеющих приоритетное значение для привлечения туристов в Санкт-Петербург, а также в рамках Дней Санкт-Петербурга и Дней культуры Санкт-Петербурга, проводимых за рубежом и в субъектах Российской Федерации;

- организация информационно-ознакомительных визитов иностранных и российских журналистов и туроператоров для продвижения Санкт-Петербурга на рынке туристских услуг;

- обеспечение подготовки и размещения информации о Санкт-Петербурге в российских и иностранных СМИ, в том числе на телевидении, радио, в газетах и журналах, сети Интернет, периодически

издаваемых транспортных журналах, распространяемых в самолетах, поездах, на пассажирских паромах и др. [8].

Кроме того, в целях повышения туристской привлекательности Санкт-Петербурга планируется проведение информационно-ознакомительных визитов журналистов. Данное мероприятие является одним из наиболее эффективных методов продвижения туристской дестинации и туристских продуктов. Основная цель данного метода – создание и сохранение положительного имиджа города, маршрутов и услуг у людей, способных повлиять на общественное мнение. Кроме того, необходимо проведение мероприятий по разработке предложений по размещению имиджевой информации о Санкт-Петербурге на наружных носителях, расположенных на главных магистралях, в метро и аэропортах крупных российских и зарубежных городов. Особое внимание планируется уделить созданию межведомственной комиссии по выпуску сувенирной продукции с использованием исторических символов Санкт-Петербурга.

Обеспечение информационной поддержки туристов и развития туристской отрасли в Санкт-Петербурге предполагает комплекс мероприятий по организации изготовления информационных материалов о Санкт-Петербурге и отдельных объектах культурного, промышленного и природного наследия Санкт-Петербурга на русском и иностранных языках для распространения среди целевой аудитории, в том числе на международных туристских выставках, презентациях, через СПбГУ «ГТИЦ», информационные киоски.

В целях повышения комфортности пребывания туристов в Санкт-Петербурге планируется работа по обеспечению информирования туристов о местонахождении социально значимых объектов и исторических достопримечательностей на русском и английском языках.

В целях содействия безопасности и создания комфортных условий для пребывания туристов в Санкт-Петербурге реализуется проект «Контакт-центр». Операторы «Контакт-центра» круглосуточно могут предоставить туристам исчерпывающую информацию по всем вопросам пребывания в Санкт-Петербурге на языке, удобном для его восприятия, в том числе осуществить консультацию в случае возникновения ситуаций, требующих незамедлительного реагирования (в экстренных случаях и др.), при бронировании номера в гостинице, о последних мероприятиях, проходящих в Санкт-Петербурге, об экскурсиях, о последних курсах обмена валют.

В рамках реализации программы «Безопасный город» в Санкт-Петербурге появились информационные терминалы с «тревожными кнопками» для туристов. В целях безопасности и комфортного пребывания туристов в Санкт-Петербурге создана поисковая система, обеспечивающая возможность быстрого прибытия групп реагирования к человеку, которому требуется помощь.

Для обеспечения комфортных условий пребывания иностранных туристов в Санкт-Петербурге и предоставления информационной поддержки разработан новый городской проект, созданный на основе существующей ранее добровольной народной

дружины, – туристская Служба ангелов.

Повысить привлекательность Санкт-Петербурга для развития событийного туризма позволит мониторинг организаций и предприятий в Санкт-Петербурге, оказывающих экскурсионные и прогулочные услуги в целях повышения качества обслуживания туристов и создание центральной диспетчерской службы автобусных перевозок туристов на базе СПбГУ «ГТИЦ» в целях повышения безопасности автобусных перевозок туристов.

Для совершенствования транспортной инфраструктуры и модернизации общественного пассажирского транспорта планируется проведение таких мероприятий, как разработка предложений и реализация комплекса мер по организации новых парковочных мест и стоянок для туристского транспорта (автобусные, автомобильные, велосипедные) у достопримечательностей Санкт-Петербурга, развитие аэропорта «Пулково», а также организация продажи для туристов единых проездных смарт-карт для проезда в общественном транспорте в Санкт-Петербурге, включая метро, через сеть туристско-информационных киосков и павильонов.

Проект «Водный туристско-экскурсионный автобус» позволяет организовать водные экскурсионные маршруты по расписанию с остановками у основных туристских объектов в историческом центре Санкт-Петербурга, что даёт возможность горожанам и гостям города без задержек на перегруженных магистралях добраться до всех основных туристских объектов и достопримечательностей Санкт-Петербурга.

В целях перераспределения турист-

ских потоков планируется разработка и реализация предложений пешеходных территорий с учётом действующих туристских маршрутов, разработка маркетинговых мероприятий по продвижению новых туристских маршрутов, включающих объекты отечественной и мировой науки, памятники промышленной архитектуры, объекты ландшафтной архитектуры, исторические курортные зоны и другие объекты, разработка и реализация маркетинговых мероприятий по продвижению пешеходных, трамвайных, каретных, водных и вертолётных экскурсий в Санкт-Петербурге, а также водных экскурсионных маршрутов, включая систему оборонительных фортов Кронштадта.

Для развития в Санкт-Петербурге яхтенного туризма потребуется создание полноценных условий для обслуживания маломерного флота. Россия открывает свои внутренние воды для захода иностранных яхт и катеров. С этой целью в Кронштадте создан пункт пропуска маломерных судов.

Развитие и поддержка конгрессного туризма предусматривает проведение мониторинга конгрессных возможностей Санкт-Петербурга, обеспечение проведения в Санкт-Петербурге заседания Европейской секции Международной ассоциации конгрессов и съездов «ИССА», а также проведение в Санкт-Петербурге Международного конгресса Международной ассоциации конгрессов и съездов «ИССА».

В рамках организации и продвижения культурно-познавательного и событийного туризма в Санкт-Петербурге предполагается разработка предложений по развитию культурных туристских кластеров.

Развитию въездного событийного ту-

ризма будет способствовать мониторинг туристских потоков. В рамках указанного направления планируется осуществление следующих мероприятий:

- обеспечение ведения государственной информационной системы «Туристский реестр Санкт-Петербурга»;

- проведение мониторинга использования туристских ресурсов в Санкт-Петербурге путём проведения опросов;

- проведение мониторинга потоков въездного и внутреннего туризма;

- организация изготовления статистического сборника «Туризм Санкт-Петербурга в цифрах»;

- разработка предложений по использованию в Санкт-Петербурге системы спутниковых счетов в туризме, позволяющей оценить макроэкономические показатели туристского рынка;

- разработка предложений по созданию сети туристско-информационных секций Санкт-Петербурга за рубежом в составе информационно-деловых центров Санкт-Петербурга в Гамбурге (Германия), Хельсинки (Финляндия), Париже (Франция);

- организация и проведение деловых встреч, семинаров, конференций, круглых столов с участием представителей организаций и предприятий туристской индустрии и исполнительных органов государственной власти в сфере туризма субъектов Российской Федерации, зарубежных стран и Санкт-Петербурга в целях изучения и обмена опытом, а также выработки единой политики в сфере туризма;

- обеспечение проведения презентационных мероприятий в рамках реализации проекта «Три столицы» (Москва, Санкт-Петербург, Казань), объединяю-



щих усилия по оптимизации работы в целях повышения положительного имиджа и перераспределения туристских потоков.

Ярким примером удачного применения мирового опыта развития событийного туризма является Изборск – городское поселение с прекрасно сохранившейся средневековой планировкой посада (Изборск – село в Печорском районе Псковской области, один из древнейших русских городов, упоминаемый начальным летописцем как центр кривского населения вместе со Смоленском и Полоцком. Административный центр сельского поселения «Изборская волость». Населённый пункт расположен в 30 км к западу от Пскова, на берегу Городищенского озера [4]).

Ежегодно этот заповедный край посещает более 100 тысяч человек. С 2007 г. Изборск стал местом проведения фестивалей раннесредневековой культуры «Изборск» и военно-исторической реконструкции «Железный град». А в 2008 г. в музее-усадьбе народа сето прошёл первый международный фестиваль «Сетомаа. Семейные встречи». Все три фестиваля оказались настолько востребованными, что было принято решение проводить их ежегодно. Теперь каждое лето любители «живой истории» могут удовлетворить своё любопытство и даже поучаствовать в театрализованных военизированных представлениях, в сетоских посиделках [3].

В начале августа 2012 г. в рамках юбилейных мероприятий, посвящённых 1150-летию Изборска, прошёл фестиваль «Железный град – 2012». Это самый массовый фестиваль, собирающий до семи – восьми тысяч человек. В нём участвовало около 500 бойцов клубов военно-

исторической реконструкции России, Белоруссии, Украины. Главное событие фестиваля – инсценировка битвы XV века.

Фестиваль «Сетомаа. Семейные встречи» проходит в самом конце августа. В этом фестивале участвует ежегодно больше тысячи человек, в том числе носители культуры сето из Эстонии и России.

Кроме этих крупных фестивалей, в Изборске празднуют традиционные праздники и памятные даты: Масленицу, Праздник пирожка, ночь на Ивана Купалу, День Петра и Февронии, Праздник на валу. Все эти празднования проходят с народными гуляниями, традиционными ярмарками.

Развитие событийного туризма в Изборске способствует формированию гостиничной инфраструктуры. В 2011 г. в городе был открыт гостиничный комплекс «Изборск», построенный на базе старых купеческих усадеб конца XIX – начала XX в. При самой Изборской крепости открылись гостевой дом, сувенирная лавка, харчевня. Помимо резкого развития туристской отрасли в Изборске улучшилась логистика: новая дорога из Москвы, проходящая через Изборск, многократно увеличила количество туристов. Теперь через Изборск транзитом следуют около 500 тысяч человек [3].

Увеличившийся приток людей на фестивали в последние годы дал толчок развитию отраслей, связанных с туризмом. Важно понимать, что посредством развития событийного туризма решается ещё и ряд важных социально-экономических задач. Туристская сфера становится крупнейшим работодателем, создавая новые рабочие места как в собственной инфраструктуре, так и в других отраслях национальной экономики через

мультипликативный фактор.

#### **Список использованных источников**

1 Бабанчикова О. А. Проблемы и перспективы развития событийного туризма / О. А. Бабанчикова // Государственное управление и социально-культурная сфера в XXI веке : закономерности и особенности функционирования, традиции и инновации : материалы междунаро-д. науч.-практич. конференции. 11–12 апреля 2013 года / под ред. Л. И. Смирновой. СПб. : ГУМРФ, 2013. С. 292–304.

2 Гордин В. Э. Инновационные подходы к культурному туризму в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] / В. Э. Гордин // URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-166973.html> (дата обращения 10.01.2014).

3 Дубровская Н. Событийный туризм как инструмент экономического развития территории / Н. Дубровская // Менеджмент культурного туризма : сб. статей совместного проекта России, Финляндии и Швеции при поддержке Совета Министров Северных Стран. СПб., 2012. С. 51–54.

4 Изборск [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения 20.12.2013).

5 Культурная Универсиада [Электронный ресурс]. – URL:<http://kazan2013.ru/ru/culture> (дата обращения: 15.12.2013).

6 О Культурной Олимпиаде. Официальный сайт Организационного комитета XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи [Электронный ресурс]. URL:<http://culture.sochi2014.com/about/> (дата обращения 26.12.2013).

7 Официальный сайт Организационного комитета XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sochi2014.com/> (дата обращения 26.12.2013).

8 О программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы : постановление Правительства Санкт-Петербурга от 07.06.2011 г. № 732 [Электронный ресурс]. URL:<http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=56786> (дата обращения 15.12.2013).

9 Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года : проект [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tourism.admhmao.ru/wps/portal/tur/home> (дата обращения 15.12.2013).