



Ahmet Burak¹

Анализ динамики развития Калининградского рынка туристических услуг

Туристические услуги, наряду с их специфическими характеристиками, имеют и отличительные особенности. Это выделение достаточно четко выраженных туристических зон, создание туристического пакета усилиями многих организаций, которые обладают собственными способами деятельности; учет потребностей потребителя, разнообразные хозяйственные и коммерческие цели². Интересно определение М.А. Жукови: «Достижение успеха на рынке возможно при соблюдении всеми участниками туристского обслуживания ряда условий. К ним отнесем следующие: постановку общих целей и соблюдение их; преодоление покупателем расстояния, отделяющего его от туристской услуги и места ее потребления; зависимость туристской услуги от таких переменных, как время и пространство»³.

В рамках вопроса успешности деятельности туристической сферы большое значение имеет фактор сезонности. С.Г. Кузнецов подчеркивает, что сезонность связана с временными колебаниями климата в течение года, длиной дня и изменчивостью температур. Особенно, расстояние территории от экватора влияет на естественную сезонность и на высокоширотные направления. В Северном или Южном полушарии, проблемы, вызванные сезонностью, преодолеть труднее всего⁴.

О.В. Прохорова акцентировала внимание на том, что «в экономике Калининградской области туризм также занимает важное место, что

¹ Доктор политических наук, Турция, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1894-5948>, e-mail: ahmet83burak@gmail.com.

² М.А. Жукова, *Менеджмент в туристском бизнесе*. М.: КНОРУС, 2006, с. 28–29.

³ Там же, с. 28.

⁴ С.Г. Кузнецов, *Влияние сезонности на туристические дестинации и предприятия сферы туризма*, «Вестник магистратуры» 2019, № 4–4 (91), с. 33.

связано как с объективными причинами (природные, геополитические и культурно-исторические предпосылки), так и с усилиями федеральных и региональных властей. Калининградская область сегодня представляет интересы российского туризма в Балтике»⁵.

Калининградская область – самый западный регион Российской Федерации. Территория области – 15,1 тыс. км² ⁶. Население региона составляет 1 027 678 человек (на 1 января 2022 года). В Калининграде живет почти половина жителей области – 498 260 человек. В области преобладает городское население⁷. Регион полностью отделен от остальной территории страны сухопутными границами с иностранными государствами (Польшей и Литвой) и международными морскими водами. Можно сказать, что экономико-географическое положение области имеет преимущества, которые определяются климатическими условиями, благоприятными для развития туризма⁸. Исследователи А.Б. Себенцов, В.А. Колосов и М.В. Зотова отметили: «До 1991 г. Калининградская область была закрыта для иностранцев, ее не было на международных туристических картах. Отсутствие непосредственной границы с основной территорией России не создавало заметные трудности для области, включенной в состав РСФСР после Второй мировой войны»⁹. Следует отметить что, в 1991 г. (после официального открытия области для иностранцев) первыми посещать регион начали так называемые ностальгические туристы – граждане Германии, родившиеся на территории бывшей Восточной Пруссии¹⁰.

В сентябре 2007 года фирма MAPREX провела анализ рынка туруслуг города Калининграда. В ходе анализа были изучены комплексные и отдельные авиационные туры, международные автобусные туры и внутренний областной туризм (в Калининградском регионе). Проект был реализован в виде количественного анкетирования клиентов, при этом ключевым фактором выбора анкетированных лиц являлся общий доход гостиничной индустрии. Рыночные тренды и драйверы, которые влияют

⁵ О.В. Прохорова, *Перспективы развития регионального туризма*, „Молодой ученый” 2014, № 7.1 (66.1). с. 30.

⁶ В. Жданов, О. Кузнецова, В. Мау, В. Плюхин, С. Приходько, *Проблема экономического развития Калининградской области как эксклавного региона России*, Москва 2002, с. 137.

⁷ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области *Тема в цифре. Население Калининградской области*, https://39.rosstat.gov.ru/statistical_news/document/159880 [доступ: 10.05.2023].

⁸ В. Жданов, О. Кузнецова, В. Мау, В. Плюхин, С. Приходько, *Проблема...*, *op.cit.*, с. 137.

⁹ А.Б. Себенцов, В.А. Колосов, М.В. Зотова, *Туризм и приграничное сотрудничество в Калининградской области*, „Вестник Московского университета” 2016, № 4, с. 64.

¹⁰ Там же, с. 66.

на прогресс отрасли, изучались в рамках 10 анкетирований областных экспертов, представляющих крупные и средние туристические компании города Калининграда. В то же время, небольшие туристические компании области изучены Компанией MAPREX в рамках телефонного опроса¹¹. В 2006 году на территорию Калининградского региона, согласно сведениям отдела туризма регионального министерства промышленности, приехало 356,4 тысяч человек, из них 274,6 тысяч человек – туристы из основной территории РФ. (табл.1). По мнению Л.А. Айдарова и В.В. Лаврова, «Российские туристы рассматривают Калининградскую область прежде всего как территорию лечебно-оздоровительного туризма (48%), который сочетается с культурно-познавательным туризмом (28%). Активно развивается деловой, конгресс-туризм (15%), а также в структуре въездного иностранного туризма преобладает культурно-познавательный (46%) и деловой туризм (35%)»¹².

Таблица 1. Показатели динамики въезда иностранных и внутренних туристов в Калининградский регион в период с 2005 по 2012 год, тыс. чел

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Количество туристов, посещающих Калининградскую область, всего	333,1	356,4	397,0	520,0	390,0	420,0	450,0
В том числе:							
– российские туристы	256,6	274,6	341,4	447,2	312,0	367,1	394,5
– иностранные туристы	76,4	81,7	55,58	72,8	78,0	52,9	55,5

Источник: О.В. Каурова, О.С. Юманова. *Сценарии динамики показателей развития туризма Калининградской области*, «Финансовая аналитика: проблемы и решения» 2013, № 34 (172), с. 4.

Согласно информации Министерства культуры и туризма Калининградской области, летом 2021 года в область приехали 1,3 миллиона туристов. Пассажиропоток в аэропорту Храброво при этом вырос на 35% по сравнению с августом 2020 года и на 90% по сравнению с августом 2019 года¹³. На совете по вопросам туризма Андрей Ермак ска-

¹¹ sinref.ru – библиотека онлайн, *Разработка методических рекомендаций по формированию бренда Калининградской области – дипломная работа*, <https://sinref.ru/razdel/03000marketing/05/118813.htm> [доступ: 12.01.2023].

¹² Л.А. Айдаров, В.В. Лавров, *Формирование стратегии развития туристско-рекреационного комплекса в Калининградской области*, «Петербургский экономический журнал» 2014, № 1, с. 88.

¹³ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области, *Цифра в теме. Туризм*, https://39.rosstat.gov.ru/statistical_news/document/135689 [доступ: 18.04.2023].

зал: «В 2022 году Калининградскую область посетили 1 млн 835 тысяч человек. Туристический поток немного снизился, порядка 5%. Понятно, с какими событиями это связано»¹⁴. Здесь стоит обратить внимание на слова партнера аналитического агентства «Автостат» Игоря Моржаретто. Он сказал, что «по данным Ассоциации туроператоров России, Абхазия, Сочи и Калининград оказались самыми бюджетными направлениями для отпуска на море с вылетом из Москвы. Отдохнуть на побережье вдвоем в течение десяти дней на берегу Балтики в Калининградской области составляет в среднем 64,5 тыс. рублей»¹⁵. По сведениям «Сбераналитики», были туристы из Москвы (24%), Московской области (15%), Санкт-Петербурга (12%), а также из Белгородской, Свердловской и Саратовской областей. В среднем путешественники проводят в регионе 4–5 дней, и каждый из них дополнительно потратил около 8 тыс. рублей на посещение ресторанов, развлечения, покупки в магазинах¹⁶. Также в 2020 г. Калининград занял первое место в мировом рейтинге TripAdvisor Travellers' Choice Awards среди 25 направлений, становясь все более популярным у туристов. Кроме того, по данным СберИндекса, в 2020 году Калининградская область вошла в топ 10 регионов России по росту числа туристов в летний сезон, продемонстрировав прирост туристического потока на 59% и заняв второе место в рейтинге¹⁷. Значимость Калининграда и области как туристской зоны постоянно растет, что в значительной степени вызвано поддержкой со стороны руководства области. Выявлены основные факторы, содействующие развитию внутреннего и въездного туризма в регионе:

- отведение для Куршской Косы статуса рекреационной, туристической зоны¹⁸;

¹⁴ Новый Калининград, *Власти Калининградской области ждут почти 2 млн туристов в 2023 году*, <https://www.newkaliningrad.ru/afisha/other/news/24036173-vlasti-kaliningradskoy-oblasti-zhdut-pochti-2-mln-turistov-v-2023-godu.html> [доступ: 8.05.2023].

¹⁵ И. Моржаретто, *Калининград: путешествие на запад*, <https://tass.ru/opinions/15300443> [доступ: 12.05.2023].

¹⁶ Там же.

¹⁷ Д.А. Фоменко, М.В. Короткая, *Развитие внутреннего въездного туризма (на примере Калининградской области)*, „Вестник молодежной науки” 2023, № 3 (40), с. 3.

¹⁸ См.: «Для создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа и рекреационного использования территории в границах национального парка в 2008 г. были выбраны четыре участка общей площадью 317 гектаров. Начало строительства объектов в рамках турзоны в национальном парке «Куршская коса» было намечено на 2010 г., вложения в инфраструктуру потребовали бы около 6 млрд рублей из федерального и регионального бюджетов. Однако до последнего времени отсутствуют четкий план и стратегия развития данной территории. Это связано в значительной мере с противоречиями задач и функций, которые осуществляет собственнo национальный парк, на территории которого намечено развитие данной туристско-ре-

- формирование игорной зоны в июле 2009 г.¹⁹;
- открытие международного аэропорта Храброво, выступающего в роли значительного регионального ХАБа и обеспечивающего, таким образом, существенный приток туристов в регион;
- открытие новых авианаправлений из Калининграда;
- хорошие отношения с Польской Республикой и прочими соседями (до трудностей, вызванных введением визового режима для жителей области).

Следует отметить, что Калининградская область – единственный российский регион, граничащий с Польшей. Более того, она, являясь эксклавом, не имеет сухопутных границ с Россией и окружена только государствами – членами НАТО (Польшей и Литвой) и ЕС²⁰. Границы Польши и Литвы закрыли первый раз в 2020 г. из-за коронавируса, запретили въезд для иностранцев и ввели контроль на внутренних границах Евросоюза также для калининградцев²¹. Тогда коронавирус отразился на калининградском турбизнесе. По словам Михаила Друтмана (руководителя фирмы «Балтма Турс»), «Паника серьезная, каждым она нагнетается. Не то чтобы спроса нет – спрос есть всегда. Но есть какая-то боязнь у людей, это нормальные вещи. Все это пройдет, мы надеемся. А может, и не пройдет, я не знаю. То, что это убивает туристическую отрасль день ото дня, это понятное дело. Я думаю, что многие умрут, а те, у кого есть какие-то жировые прослойки, выживут. Вот и все»²². Эта ситуация привела к тому, что люди вовсе перестали покупать путевки. После обострения

креационной зоны, с ожиданиями муниципальных органов управления, населения по развитию инфраструктуры на данной территории и задачами бизнеса, предпринимателей по привлечению инвестиций на развитие экологически ориентированных проектов». И.М. Потравный, Л.И. Старкова, М.В. Терешина, *Эколого-экономическое обоснование развития туристско-рекреационной зоны на территории национального парка «Куршская коса»: региональный аспект*, «Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова» 2012, № 5, с. 101.

¹⁹ Отметим, что одним игровым комплексом, возведенным в соответствии с ФЗ № 244-ФЗ, является игорная зона, находящаяся на территории Калининградской области – «Янтарная». Е.В. Евсикова, И.А. Булахова, *Некоторые аспекты создания игорной зоны в Республике Крым*, «Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки» 2020, т. 6 (72), № 1, с. 437.

²⁰ О. Šubrť, *Российско-польские отношения после Украинского кризиса*, Bakalářská práce 2020, https://theses.cz/id/i74j3b/Subrt_BP.pdf [доступ: 16.05.2023].

²¹ Т. Левкович, *Границы Польши и Литвы закрыты: что нужно знать калининградцам*, <https://klops.ru/articles/2020-03-14/209994-granitsy-polshi-i-litvy-zakryty-cto-nuzhno-znat-kaliningradtsam> [доступ: 16.05.2023].

²² Новый Калининград, *«Люди не идут»: как коронавирус отразился на калининградском турбизнесе*, <https://www.newkaliningrad.ru/news/economy/23608538-lyudi-ne-idut-kak-koronavirus-otrazilysya-na-kaliningradskom-turbiznese.html> [доступ: 17.05.2023].

конфликта на Украине, в феврале 2022 года, европейские страны одна за другой начали призывать ЕС ограничить выдачу виз россиянам. Во второй раз Польша и страны Балтии приняли решение о закрытии границ (действительно до сих пор)²³. В результате, наряду с запретом, Калининградская область встретила удар санкций в сфере экономики.

Сезонность является многогранным понятием, которое включает в себя изменение числа людей, посетивших определенное туристическое место, а так же влияет на маркетинговую политику туристского рынка, рынка труда и финансовые потоки²⁴. Е.В. Логвина отметила что, туристским сезоном называется время, в которое совершается максимальное количество поездок. А межсезоньем – период спада путешествий. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно-климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия²⁵. Можно выделить несколько временных периодов, когда российские туристы проводят отдых за рубежом: два летних месяца июль и август, особенно август – наивысший пик; осенние школьные каникулы и ноябрьские праздники; Новый год и зимние каникулы; весенние школьные каникулы; майские праздники: 1 мая и День Победы (9 мая)²⁶.

Для туристов природно-географические условия являются определяющими в выборе того или иного места посещения. Сезонность в туризме определяется целым рядом факторов:

- материально-технические – развитие уровня размещения, транспорта, питания другого обслуживания;
- экономических – структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения;
- демографических – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам;

²³ Lenta.ru, *Шенген для россиян: последние новости на сегодня*, <https://lenta.ru/tags/story/vyezdevropa/> [доступ: 14.05.2023].

²⁴ К.В. Александровна, М.Г. Самвеловна, *Сезонность туристского рынка и методы противостояния ей*, „Современные научные исследования и инновации” 2019, № 12, <https://web.snauka.ru/issues/2019/12/90915> [доступ: 25.07.2023].

²⁵ Е.В. Логвина, *Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях санкционной политики в Крыму*, „Геополитика и экогеодинамика регионов” 2018, т. 4 (14), с. 110.

²⁶ Курсовой проект, Преподаватель: А.С. Куксов, *Разработка бизнес-плана создания туристического агентства*, Москва-2008, <https://studizba.com/files/show/doc/123045-2-81983.html>, с. 13–14 [доступ: 12.05.2023].

- психологических – традиции, мода, подражание;
- политические – политическая обстановка в регионе;
- технологических – комплексный подход в предоставлении качественных услуг²⁷.

Следует уточнить, что Калининградская область имеет значительный туристско-рекреационный потенциал, из-за своего местоположения, которое удобно отличается от других регионов России²⁸. Связанные с этим, Е.Г. Кропинова. и А.В. Митрофанова в своей статье выделили туристско-рекреационные районы Калининградской области (микрорайоны) таким образом например: 1) Санаторно-курортный. Включает наиболее освоенную в рекреационном отношении часть морского побережья от Светлогорска до Зеленоградска; 2) Рекреационно-оздоровительный в сочетании с познавательным туризмом на охраняемых природных территориях (Куршская коса); 3) Рекреационно-оздоровительный в ближней пригородной зоне Калининграда и полусредних городов – Советска, Черняховска, Гусева, Светлого, Балтийска. Здесь весьма распространены различные формы неорганизованной рекреации, включая отдых на природе и ведение садово-огородного хозяйства, высока степень освоенности территории; 4) Рекреационно-оздоровительный в сочетании со сбором грибов, ягод, трав и т.д. Характерен для дальней пригородной зоны. 5) Охота и рыболовство. Менее освоены по сравнению с предыдущим типом в связи с меньшей транспортной доступностью и обычно более значительными лесными массивами. Микрорайоны этого типа сосредоточены в Куршском и Юго-восточном микрорайонах²⁹.

Выводы

В работе была исследована отрасль туристской деятельности. В настоящее время турбизнес стремительно развивается. В связи с таким активным развитием требуется наличие эффективной и продуктивной системы формирования спроса, а также наличие методов, позволяющих реализовывать экономическое обоснование. В работе также подробно рассмотрена динамика рынка туристических услуг Калининградской области.

²⁷ А.А. Фокин, А.В. Столяренко, «Влияние фактора «Сезонность» на реализацию турпродукта в Республике Крым, «Таврический научный обозреватель» 2016, № 6, с. 158.

²⁸ А.С. Степченко, М.Д. Щелкунова, *Перспективы и направления развития туристско-рекреационной деятельности в Калининградской области*, «Молодой ученый» 2015, № 10.2 (90.2), с. 135.

²⁹ См.: Е.Г. Кропинова, А.В. Митрофанова, *Актуализация подходов к районированию и зонированию туристских территорий для целей пространственного планирования и проектирования туристской деятельности*, «Географический вестник» 2022, № 4 (63), с. 141.

В заключение следует добавить, что динамика развития туризма в Калининграде и области во многом зависит от географического расположения региона и политических отношений с прилегающими государствами. Например, в нынешних отношениях между Польшей и Россией доминируют политические факторы, связанные с конфликтом на Украине. Будущее польско-российского туристического сотрудничества и развития приграничных регионов будет зависеть от политических событий, масштаб и динамику которых трудно предсказать. Обычно негативный опыт остается в общественном сознании надолго, его трудно преобразовать в позитивный. В этой связи представителям туристической отрасли следует учитывать указанные факторы и разрабатывать новые средства развития туристической индустрии в имеющихся условиях.

Результаты данного исследования могут быть использованы при проектировании дальнейшего развития туристической отрасли в Калининграде и области. Учет выводов исследования также может использоваться для разработки стратегий развития туризма и в других регионах.

Литература

- Айдаров Л.А., Лавров В.В., *Формирование стратегии развития туристско-рекреационного комплекса в Калининградской области*, „Петербургский экономический журнал” 2014, № 1.
- Александровна К.В., Самвеловна М.Г., *Сезонность туристского рынка и методы противостояния ей*, „Современные научные исследования и инновации” 2019, № 12, <https://web.snauka.ru/issues/2019/12/90915>.
- Димитриев М.Н., Забаева М.Н., *Экономика и аспекты предпринимательства в социо-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов*, М. 2006.
- Евсикова Е.В., Булахова И.А., *Некоторые аспекты создания игорной зоны в Республике Крым*, „Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки” 2020, т. 6 (72), № 1.
- Жданов В., Кузнецова О., Мау В., Плюхин В., Приходько С., *Проблема экономического развития Калининградской области как эксклавного региона России*, М. 2002.
- Жукова М.А., *Менеджмент в туристском бизнесе*, М. 2006.
- Каурова О.В., Юманова О.С., *Сценарии динамики показателей развития туризма Калининградской области*, „Финансовая аналитика: проблемы и решения” 2013, № 34 (172).
- Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В., *Актуализация подходов к районированию и зонированию туристских территорий для целей пространственного планирования и проектирования туристской деятельности*, „Географический вестник” 2022, № 4 (63).
- Кузнецов С.Г., *Влияние сезонности на туристические дестинации и предприятия сферы туризма*, „Вестник магистратуры” 2019, № 4–4 (91).

- Курсовой проект, Преподаватель: Куксов А.С., *Разработка бизнес-плана создания туристического агентства*, Москва-2008, <https://studizba.com/files/show/doc/123045-2-81983.html>.
- Левкович Т., *Границы Польши и Литвы закрыты: что нужно знать калининградцам*, <https://klops.ru/articles/2020-03-14/209994-granitsy-polshi-i-litvy-zakryty-chnozhno-znat-kaliningradtsam>.
- Логвина Е.В., *Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях санкционной политики в Крыму*, „Геополитика и экогеодинамика регионов” 2018, т. 4 (14).
- Моржаретто И., *Калининград: путешествие на запад*, <https://tass.ru/opinions/15300443>.
- Новый Калининград, *Власти Калининградской области ждут почти 2 млн туристов в 2023 году*, <https://www.newkaliningrad.ru/afisha/other/news/24036173-vlasti-kaliningradskoy-oblasti-zhdut-pochti-2-mln-turistov-v-2023-godu.html>.
- Новый Калининград, *«Люди не идут»: как коронавирус отразился на калининградском турбизнесе*, <https://www.newkaliningrad.ru/news/economy/23608538-lyudi-ne-idut-kak-koronavirus-otrazilysya-na-kaliningradskom-turbiznese.html>.
- Отто О.В., *Анализ сезонности туристских услуг*, „Наука и туризм: стратегии взаимодействия” 2014, № 3.
- Потравный И.М., Старкова Л.И., Терешина М.В., *Эколого-экономическое обоснование развития туристско-рекреационной зоны на территории национального парка «Куршская коса»: региональный аспект*, „Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова” 2012, № 5.
- Прохорова О.В., *Перспективы развития регионального туризма*, „Молодой ученый” 2014, № 7.1 (66.1).
- Себенцов А.Б., Колосов В.А., Зотова М.В., *Туризм и приграничное сотрудничество в Калининградской области*, „Вестник Московского университета” 2016, № 4.
- Степченко А.С., Щелкунова М.Д., *Перспективы и направления развития туристско-рекреационной деятельности в Калининградской области*, „Молодой ученый” 2015, № 10.2 (90.2).
- Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области, *Тема в цифре. Население Калининградской области*, https://39.rosstat.gov.ru/statistical_news/document/159880.
- Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области, *Цифра в теме. Туризм*, https://39.rosstat.gov.ru/statistical_news/document/135689.
- Фокин А.А., Столярченко А.В., *Влияние фактора «Сезонность» на реализацию турпродукта в Республике Крым*, „Таврический научный обозреватель” 2016, № 6.
- Фоменко Д.А., Короткая М.В., *Развитие внутреннего въездного туризма (на примере Калининградской области)*, „Вестник молодежной науки” 2023, № 3 (40).
- Lenta.ru, *Шенген для россиян: последние новости на сегодня*, <https://lenta.ru/tags/story/vyezdevropa/>.
- Sinref.ru-библиотека онлайн, *Разработка методических рекомендаций по формированию бренда Калининградской области – дипломная работа*, <https://sinref.ru/razdel/03000marketing/05/118813.htm>.
- Šubrt O., *Российско-польские отношения после Украинского кризиса*, *Bakalářská práce 2020*, https://theses.cz/id/i74j3b/Subrt_BP.pdf.

Analysis of the Dynamics and Development of the Kaliningrad Tourism Services Market

Summary

Tourism affects the enrichment, increase, and build-up of cultural potential, ensures harmony of relations between different states and ethnic groups, forces authorities, public, and social organisations, including commercial companies, to actively participate in the problem-solving of preserving the environment and improving its ecological level. The paper's aim is to identify the factors determining demand for tourist services and the economic analysis of the tourism sector in Kaliningrad.

Keywords: Kaliningrad, tourism, tourist services, Kaliningrad regional tourism market, tourism industry

Анализ динамики развития Калининградского рынка туристических услуг

Резюме

Туризм воздействует на обогащение, увеличение и наращивание культурного потенциала, обеспечивает гармонию взаимоотношений между разными государствами и этносами, вынуждает органы власти, общественные и социальные организации, коммерческие компании активно участвовать в решении задач по сохранению окружающей среды и повышению ее экологического уровня. Целью работы является выявление факторов, определяющих спрос на туристические услуги; а также экономический анализ сферы туризма в Калининграде.

Ключевые слова: Калининград, туризм, туристические услуги, туристический рынок Калининградской области, индустрия туризма