

## Интеграция туристского сектора экономики Приморского края и стран Северо-Восточной Азии

*Мартышенко Н.С.*

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,  
г. Владивосток*

Несмотря на то, что с 2000 года было принято ряд программ развития туризма на государственном и региональном уровнях международный въездной туризм практически не развивается (рис. 1) [1]. Большая часть зарубежных туристов посещают столичные города (г. Москву и г. Санкт-Петербург). Между тем, российские регионы обладают богатейшими туристскими ресурсами.

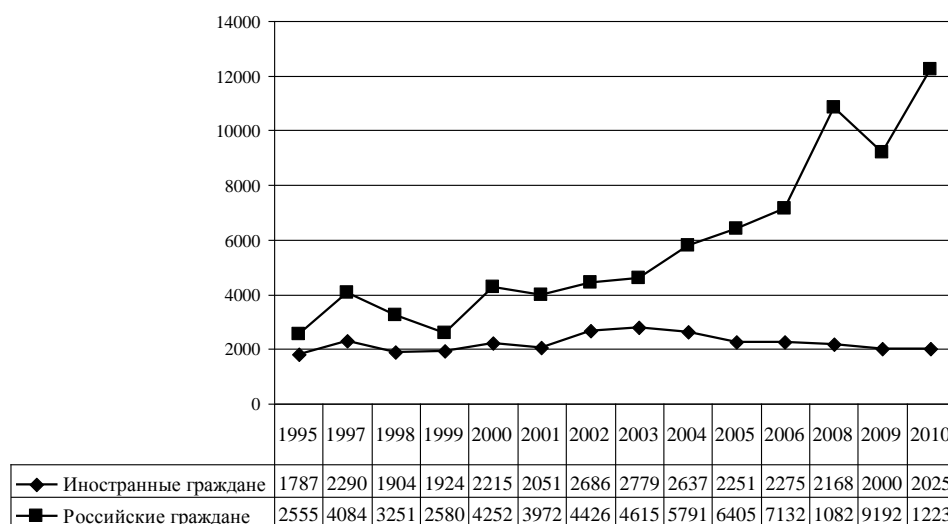


Рис. 1. Динамика численности потоков международного туризма России

Россия занимает огромное пространство, поэтому перспективы региональных туристских рынков выездного/въездного туризма нужно рассматривать в первую очередь в свете пограничных государств. Так для Дальневосточного региона приоритетные направления развития туристских обменов связаны с такими странами как Китай, Южная Корея и Япония. Эти страны сегодня являются лидерами по темпам развития туризма в мире. Чтобы Дальний Восток России вошел четвертой страной в этот мощный туристский треугольник необходимо изучать условия и тенденции развития международного туризма в этих странах. Такие знания должны послужить основой позиционирования туристского продукта Дальневосточных регионов на международном рынке стран Северо-Восточной Азии.

В подтверждение высоких темпов развития туризма в странах Северо-Восточной Азии можно привести две диаграммы динамики въездных потоков туристов в Китай и Корею (рис. 2, рис. 3). Диаграммы построены по данным Всемирной туристской организации (World Tourism Organization) [2]. Анализ туристских потоков показывает, что в Южной Корее темпы развития туризма даже выше чем в Китае, а по количеству туристов на

душу населения и по отношению к занимаемой территории Южная Корея намного опережает Китай. А ведь по количеству туристских достопримечательностей и туристскому потенциалу Китай обладает неоспоримыми преимуществами.

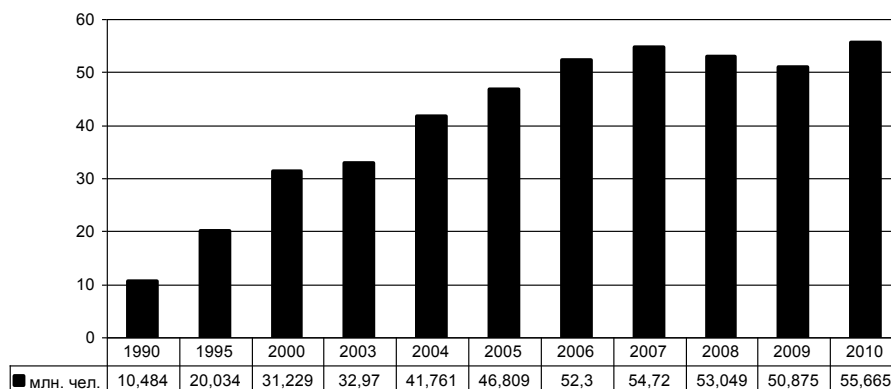


Рис. 2. Динамика въездного туристского потока в Китай

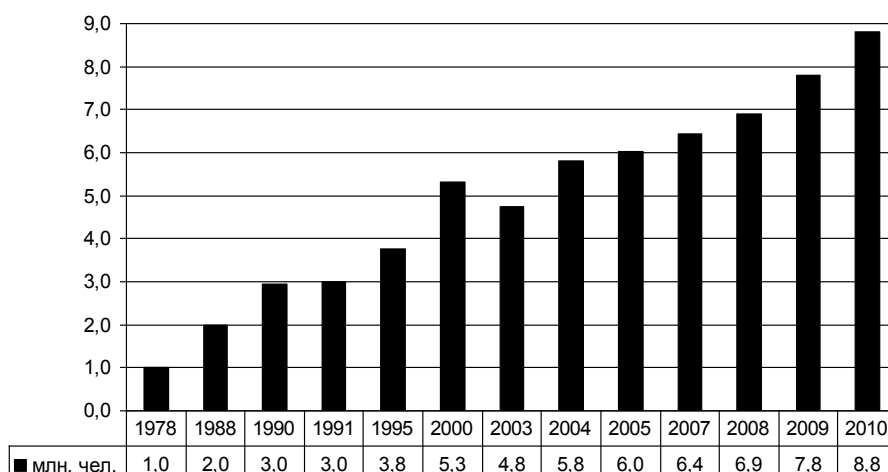


Рис. 3. Динамика въездного туристского потока в Республику Корею

Прогнозы на увеличение численности туристского потока в край последней программы развития туризма не оправдались. Число зарубежных туристов, въезжающих в Приморье, с 2004 по 2009 гг. сократилось почти в 6 раз. К сожалению, в последние годы ухудшаются структурные показатели отношения отправленных туристов к принятым (2005 – 10:1, 2006 – 20:1, 2007 – 22:1, 2008 – 25:1). Такие данные свидетельствуют о низкой удовлетворенности зарубежных граждан пребыванием на территории края и несоответствии территориального туристского продукта спросу [5]. Сегодня подготовлена новая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае на 2011-2016 годы». К сожалению при разработке программы не учитывался опыт провала предыдущей программы. В новой программе основные надежды развития туризма в Приморском крае связываются с реализацией проектов по подготовке к саммиту АТЭС в 2012. Но можно ли стратегию выстраивать на одном событии, пусть даже крупном. Конечно, развитие инфраструктуры края должно стимулировать

туризм, но чтобы добиться успеха в конкуренции туристского предложения нужно действовать не «методом проб и ошибок», а выстраивать долгосрочную политику на основе изучения опыта развития туристской индустрии соседних стран.

Особенность подхода к продвижению туристского продукта региона на международном рынке, предложенного в работе, состоит в выработке стратегии развития туризма на основе позиционного анализа международного рынка туризма сопредельных стран.

В Приморском крае достаточно высокий туристский потенциал, который мог бы конкурировать с потенциалом соседних стран. Но сейчас мы не можем реализовать все возможности. Сформулируем несколько направлений, которые могли бы привлечь зарубежных туристов. Интерес представляют в первую очередь те виды туризма, которые не могут быть реализованы в соседних странах в силу их особенностей.

Во-первых, это развитие игровой зоны. Приморский край не должен упустить такой шанс. Широко известные в мире игорные зоны привлекают огромное количество туристов. Ближайшая к Владивостоку игорная зона расположена в Макао. Макао перешел в юрисдикцию Китая только в 1999 году. Если еще в 2000г. Макао посещали не более 10 миллионов гостей в год, то в 2005 году там побывали уже 22 миллиона человек. Это в три раза больше, например, чем за год бывает в Японии. Росту туризма способствовал игровой бизнес. Даже на фоне мирового финансового кризиса в 2009 году, доходы игорных заведений выросли на 10%. В 2010 году доходы игорного бизнеса увеличились на 58%, казино заработали рекордные 23,51 миллиарда долларов США. По прогнозам специалистов, в 2011 году владельцы казино могут ожидать до 20% прироста прибыли. Район остается единственным местом на территории КНР, где разрешена игра на деньги. Макао находится на юге Китая, а въезд и пребывание китайских граждан на территории Макао ограничен, точнее сказать, почти недоступен для жителей северных пограничных с Приморским краем провинций. В этих провинциях проживают сотни миллионов человек. Следует отметить, что китайцы одни из самых азартных игроков в мире. Есть спрос на услуги игорного бизнеса и в Южной Корее, и в Японии. Игровой бизнес в Южной Корее запрещен везде, кроме казино в провинции Кангвон (Kangwon Province) в восточной части страны. В Японии сейчас игровой бизнес тоже запрещен. Необходимо отметить, что игровой бизнес является сильнейшим мультипликатором услуг индустрии развлечений и не связан с сезонностью.

Вторым перспективным для Приморского края является направление, связанное с конным туризмом и конным спортом. Еще на рубеже XIX и XX веков М.И. Янковский одним из первых доказал перспективность занятия коннозаводством на территории Приморского края. Уже в те годы во Владивостоке существовал ипподром, на котором регулярно проводились

скачки. Развитие конного туризма, спорта и массовых развлекательных программ на их базе в Приморском крае имеет неоспоримые преимущества перед соседними странами АТР и ближайшими регионами России. Обе Кореи, с населением более 80 миллионов человек, проживающим на территории всего в 1,5 раза превышающей по площади Приморский край, явно не могут себе позволить массовое увлечение конными видами спорта. В пограничном Китае плотность населения тоже крайне высокая. В этой стране даже содержание собаки или кошки считается роскошью и облагается не малым налогом. Индустриальная Япония также ограничена в территориях. И конечно эти страны не могут себе позволить содержание пастбищ для выращивания таких крупных животных, как лошади. Да и путешествовать на лошадях особенно некуда. Содержание лошадей в личном пользовании в развитых странах Европы и даже в густонаселенных регионах России, например, таких как Москва, очень дорогое. Совершенно другая обстановка складывается в Приморском крае. Сегодня даже житель со средним достатком, может позволить себе не только увлечение конным спортом, но и содержание собственной лошади. Содержать машину в г. Владивостоке обходится дороже. Машина в Приморье уже давно не является роскошью.

Да, конный спорт требует вложений, но такие уж большие эти вложения? Чтобы понять это, необходимо рассмотреть общепринятые стандарты конного спорта. Для примера, рассмотрим только два вида конного спорта. **Выездка** (высшая школа верховой езды) - искусство управлять лошадью на различных аллюрах (шаг, рысь, галоп, пассаж, пьэффе и др.). Соревнования проводятся на площадке размером 20×40 или 20×60 м. Выездка относится к олимпийским видам спорта. **Преодоление препятствий** (конкур-иппик) - широко культивируемый вид конного спорта, в котором каждый участник должен преодолеть от 6 до 13 различных препятствий, расположенных по определённому маршруту (паркурн) протяжённостью от 200 до 1100 м и на специальном (конкурном) поле размером не менее 75×40 м. Этот вид спорта тоже входит в программу Олимпийских игр, чемпионатов мира и Европы. А еще есть множество других видов конного спорта (Троеборье, Скачки, Стипл-чейз, Кроссы, Конные охоты, Коннолыжные соревнования, Конные пробеги на скорость, Соревнования по вольтижировке и джигитовке). Среди конных игр наиболее известны пушбол и поло. Все конные виды спорта требуют не таких уж грандиозных сооружений. И эти затраты уж не как не идут в сравнение с затратами, необходимыми на возведение таких объектов, как ледовые дворцы или аквапарки – необходимые атрибуты современного большого города. Да для массового развития конного спорта нужны кадры. А разве мало у нас кадров по всей стране и в странах бывших советских республик, которые с радостью примут приглашение поучаствовать в перспективном секторе бизнеса. Ведь смог же один ссыльный предприниматель Михаил Янковский

более ста лет назад организовать коннозаводство в Приморье и не на свои средства, а на кредиты. И оказался прав.

Третьим конкурентоспособным видом туризма в Приморском крае может стать паломнический и религиозный туризм. Паломническое движение в России в настоящее время набирает силу. За последние пять лет резко возросло количество паломников к отечественным святыням – оно составляет, по экспертным оценкам, более трех миллионов человек в год. Паломники обычно выдвигают гораздо меньше требований к уровню и качеству обслуживания, питания, размещения, чем другие путешественники. Они часто останавливаются на ночлег в кельях монастырей и даже в палаточных городках. Выбор пищи обычно невелик и она более скромная – без изысков.

Возрождение духовной жизни в Приморском крае находит большой отклик у жителей края. В 2012 году на центральной площади г. Владивостока должны закончить возведение самого крупного на Дальнем Востоке Православного кафедрального собора, который возводится на средства пожертвований населения. Из архивных документов следует, что до революции в Приморском крае было 150 храмов. Сегодня в крае насчитывается около 80 храмов и монастырей. Отдельные монастыри Приморского края вполне могли бы осуществлять прием туристов религиозного толка. Наиболее интересный опыт такого туризма можно позаимствовать в монастырях Южной Кореи.

Трех направлений вполне достаточно для позиционирования территориального туристского продукта на международном рынке. Выделенные направления привлекательны высокой емкостью, допускающей прием большого количества туристов практически круглогодично. При правильной подаче эти виды туризма могут привлечь инвестиции из соседних стран, поскольку не составляют прямую конкуренцию для них. Перечисленные виды конкурентоспособных турпродуктов не являются исчерпывающими. Такой список можно пополнять. В данной работе мы хотели продемонстрировать новый подход к позиционированию территориального туристского продукта.

Например, вполне конкурентоспособным видом международного туризма в Приморском крае мог бы стать охотничий туризм. Но в нашей стране очень не развито законодательство и сами охотничьи хозяйства. В России нет действенной системы регулирования охоты. Между тем, даже в густонаселенных странах Европы получают огромные доходы от охотничьего туризма. Для этого там занимаются разведением диких зверей для охоты. Мы тоже не призываем истреблять зверя в Приморском крае, но изучить опыт других стран желательно, поскольку в соседних странах организация охотничьего туризма в принципе невозможна.

Созданию туристского имиджа региона также способствует проведение массовых культурных международных мероприятий. Посмотрим но-

вым взглядом на молодежь соседних с Приморским краем стран. Эти страны очень длительный период развивались в изоляции от всего остального мира. Сегодня молодежь в этих странах не хочет следовать патриархальным традициям. Взять хотя бы поп-культуру. Они хотят слушать ту же музыку и одеваться как европейцы. Достаточно вспомнить гастроль в Китае звезды не первой величины российской эстрады Витаса. Певец произвел на китайскую молодежь такое сильное впечатление, что издание его дисков превысило тиражи всех мировых звезд эстрады вместе взятых. Тираж его дисков в Китае и Японии до сих пор не могут даже подсчитать. А какой фурор на исходе своей недолгой популярности в России произвело выступление российского поп-дуэта «Тату» в 2003 году. Но где вы видели и слышали эстрадных исполнителей из Китая, Кореи и Японии. А ведь они тоже хотят занять свое место на мировой эстраде. Вот почему сегодня мощный треугольник культурных и туристских связей трех соседних стран должен дополнить Приморский край. Например, почему бы не организовать конкурсные фестивали эстрадной песни четырех стран во Владивостоке. Примеров успешных международных эстрадных фестивалей достаточно – конкурс молодых исполнителей «Евровидение», конкурс молодых исполнителей «Новая волна 2011» в г. Юрмале. Такие мероприятия в отличие от высокотратного, рассчитанного на элиту, кинофестиваля «Pacific Meridian», проводимого во Владивостоке, очень прибыльны. Рейтинги Приморскому краю могли бы обеспечить сотни миллионов телезрителей всех четырех соседних стран.

При позиционировании территориального туристского продукта на международном рынке необходимо всегда помнить, что зарубежных туристов привлекают достопримечательности с определением «самый большой в мире», «единственный в мире» и т.п. Поэтому нужно создавать такие объекты, которые отвечают этому определению. К примеру, на территории края можно создать самый большой в мире международный центр по реабилитации наркоманов. Такое благородное дело могло бы привлечь финансы. Мы рассмотрели только несколько конкурентных проектов. Таких примеров можно приводить много и преимущество будет иметь тот проект, который действительно привлечет крупные инвестиции. Благо, что территория и природные ресурсы края позволяют реализовать любые такие проекты.

#### Литература

1. Россия в цифрах. 2010: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2010. - 558 с.
2. World Tourism Organization <http://www.unwto.org/facts/menu.html> (дата обращения 8.08.2011)
3. Мартышенко Н.С., Ильин А. Е. Методические подходы к оценке структуры потребления услуг в туристских поездках из Приморского края в Китай // Вестник национальной академии туризма – 2011. – №1 (17) С. 34 – 37.

Мартышенко Наталья Степановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры Маркетинга и коммерции, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия