

Министерство образования и науки Украины
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
Факультет международных экономических отношений
и туристического бизнеса
Кафедра туристического бизнеса

Дипломная работа бакалавра
на тему

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ВО ВЬЕТНАМЕ

Выполнил: студент 4-го курса, группы УТ-41
направления подготовки 6.020107 «туризм»
Нгуен Ха Ми

Руководитель:
к.г.н., доцент Ю.П. Грицак

Рецензент:
к.г.н., доцент геолого-географического
факультета ХНУ имени В.Н. Каразина
Кулешова А.А.

Харьков 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ	
ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	5
1.1. Оценка туристического потенциала территории.....	5
1.2. Структура и показатели индустрии и экономики туризма.....	9
1.3. Оценка уровня развития туристической индустрии	16
РАЗДЕЛ 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ	
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ВЬЕТНАМА	24
2.1. Природные и социально-экономические предпосылки развития туризма во Вьетнаме	24
2.2. Уровень развития и конкурентоспособность туристической индустрии Вьетнама.....	36
2.3. Особенности и проблемы туристической индустрии Вьетнама	49
РАЗДЕЛ 3. ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ	
В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	73
ПРИЛОЖЕНИЯ	77

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время туризм бурно развивается, и стало социально-экономическим явлением международного масштаба, способствующим расширить политические, экономические, научные и культурные связи между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма дает возможность людям расширить знания в истории, познакомиться с культурами, традициями и достопримечательностями не только своего родного края, но и других стран.

С экономической точки зрения туризм – это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства, обеспечивающую туриста транспортными средствами, объектами питания, размещения, культурно-бытовыми услугами, развлекательными мероприятиями и др. В некоторых странах туризм является одним из числа наиболее перспективных отраслей национальной экономики.

Актуальность темы обуславливается непрерывным развитием туристической индустрии во Вьетнаме. Вьетнам – страна с древней самобытной культурой и благоприятными климатическими условиями, которая долгое время оставалась недооцененной путешественниками и туристами.

На сегодня, индустрия туризма Вьетнама значительно выросла и продолжает развиваться динамичными темпами. Благодаря местному разнообразию, большому количеству природных и культурных ресурсов, прекрасным пляжам и высококлассным курортам, Вьетнам заработал довольно хорошую репутацию среди многих иностранных туристов.

Объектом исследования бакалаврской работы является туристическая индустрия Вьетнама, а предметом исследования – особенности развития туристической отрасли страны.

Цель работы – оценить достигнутый уровень развития и конкурентоспособности туристической индустрии Вьетнама, выявить региональные различия, недостатки и проблемы развития отрасли.

В процессе исследования решались следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы исследования развития туристической индустрии и выбрать методику выполнения работы;
2. Собрать статистический и аналитический материал, необходимый для выполнения исследования;
3. Проанализировать природные и социально-экономические факторы (предпосылки) развития туризма во Вьетнаме;
4. Рассчитать показатели, характеризующие уровень развития, конкурентоспособность и место на мировом туристическом рынке индустрии и экономики туризма Вьетнама;
5. Проанализировать структуру туристических потоков, определить региональные особенности развития отрасли;
6. Выявить слабые и сильные стороны, недостатки и проблемы развития туристического бизнеса.

В основу методики исследования легли труды российских и украинских ученых. Статистические данные получены из публикаций Всемирной туристической организации (ВТО ООН), Всемирного экономического форума (WEF), Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), Главного статистического управления СРВ, Национального управления туризма Вьетнама.

Работа состоит из введения, 3 разделов, заключения; содержит 83 страницы текста, 17 рисунков, 5 таблиц, 3 приложения. Список источников включает 57 наименований литературы и электронных публикаций.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

1.1. Оценка туристического потенциала территории

Туристический потенциал территории охватывает совокупность природных, культурных и социально-исторических ресурсов, а также имеющейся хозяйственной и коммуникационной инфраструктуры территории, которые могут служить предпосылками развития определенных видов туризма [10].

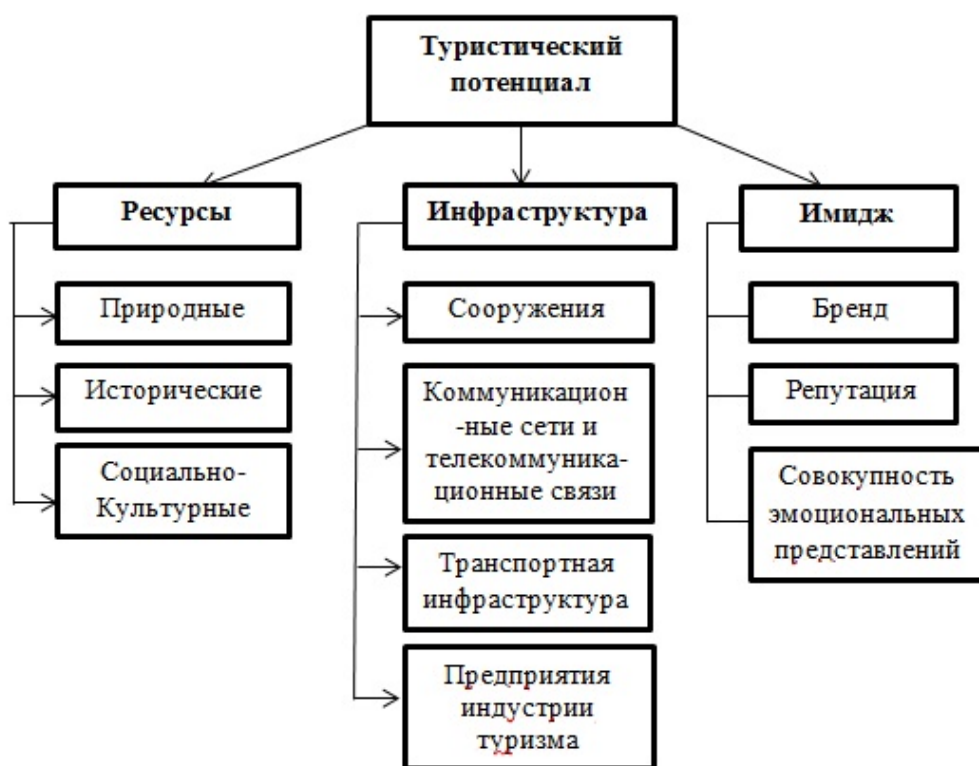


Рис. 1.1. Структура туристического потенциала

Туристический потенциал территории состоит из трех основных элементов: туристические ресурсы, инфраструктура и имидж территории.

а) Туристические ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристического показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

б) туристическая инфраструктура – комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в том числе телекоммуникационной связи, дорог, смежных предприятий индустрии туризма, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристическим ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма и собственно туристов.

в) имидж территории – совокупность эмоциональных и рациональных представлений, которые выходят из сопоставления всех характеристик территории, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа [24, с. 51].

Имидж существует на нескольких уровнях – социально-экономическом, бытовом, деловом, финансовом и др. При формировании имиджа страны возникает ряд взаимосвязанных этапов:

1. оценка туристического потенциала страны;
2. определение его сильных и слабых сторон;
3. обоснование возможного туристического имиджа страны с позиции целевых групп туристов;
4. разработка направлений эффективного развития и продвижения.

В процессе оценивания туристического потенциала выбирается форма оценки. К настоящему времени сложилось две взаимозаменяемые формы оценок: качественная и балльная. Сильная сторона качественных оценок заключается в том, что они позволяют логически обосновать оценочные признаки на основе анализа генезиса и морфологической структуры природных территориальных комплексов. Отличительной чертой балльных оценок является краткость выражения и возможность сопоставления.

По мнению большинства географов, ландшафтная карта является лучшей основой для оценки туристического потенциала территории, объектами оценки служат синтетические единицы – природные территориальные комплексы. Ранг единицы определяется масштабом исследования на соответствующих ему картах: в мелком масштабе – физико-

географические провинции, в среднем масштабе – районы, ландшафты или их крупные части – местности, в большом масштабе – урочища и фации [5, с. 52].

К оценке приступают только после составления схем ограничений рекреации и туризма, учитывающих природные и хозяйственные лимитирующие факторы. Примерами лимитирующих факторов являются дискомфортность климата, неблагоприятные микроклиматические условия для санаторно-курортного лечения, дефицит пляжей, воды, и т.д. Зоны влияния городов и промышленных объектов, места разработки полезных ископаемых, контуры сельскохозяйственных угодий и т.п. не входят в территории, подлежащие оценке [5, с. 53].

При оценке устойчивости необходимо:

- указать характер и величину нагрузки на природные комплексы;
- выявить набор показателей, которые учитываются при оценке.

Для оценки степени устойчивости используется метод ранжирования природных комплексов, разбив их на ранги, а затем присвоив каждому рангу оценочный балл.

Программа работ по рекреационной оценке местности, включает следующие этапы:

- 1) изучение и суммирование видов рекреационной деятельности, возможных для данного района;
- 2) определение суммы функций рекреационной местности;
- 3) определение коэффициента пригодности данной местности

Коэффициент пригодности определяется по формуле [13, с. 325]:

$$K_{\text{пр}} = C_{\text{фр}}/C_{\text{фм}}, \quad (1)$$

где $C_{\text{фр}}$ – сумма функций района, $C_{\text{фм}}$ – сумма функций местности.

Использование природных ресурсов в целях отдыха и туризма должно осуществляться в соответствии с принятыми нормами антропогенной нагрузки на природные комплексы.

Различают два подхода к установлению этих норм: биологический и психологический. Согласно первому подходу допустимая норма нагрузки измеряется количеством человек на 1 га, которую может выдержать природный комплекс без потери биологических свойств.

Психологический подход к установлению норм туристической нагрузки на природные комплексы базируется на нуждах человека достижения психологического комфорта во время отдыха. В среднем психологически допустимая нагрузка составляет 0,5-1,0 чел./га.

Культурно-исторические ресурсы занимают значимое место в комплексе рекреационных ресурсов. Они служат предпосылкой для организации культурно-познавательного туризма.

Процесс оценки культурно-исторических ресурсов начинается с их учета и характеристики, которая включает в себя: название объекта, категория, местоположение со схемой, владелец, литературные и прочие источники сведений, краткое описание объекта. Немало важным этапом оценки является типология культурно-исторических ресурсов по туристической или рекреационной значимости. За основу типологии принимается информационная сущность культурно-исторических объектов: уникальность, познавательное и воспитательное значение, внешняя привлекательность, а также степень организации объекта для показа и местонахождение экскурсантов по отношению к объекту осмотра [5, с. 59-61].

Интегральная оценка туристического потенциала любого объекта или территории условная, так как она включает качественные показатели и может получить осмысленную трактовку только по сравнению с оценкой потенциала другого объекта. При оценке необходимо иметь в поле зрения как минимум пять или семь объектов, а также нужно четко определить пределы региона для выполняемых оценок и сравнение потенциалов, так как это является обстоятельством от чего зависит расстановка высших и низших оценочных баллов. Количественная оценка общего туристического

потенциала должна включать в себя оценку всех потенциалов отдельных ресурсов, многие из которых сами по себе являются достаточно сложными.

Оценка составляющих туристического потенциала проводится индексным методом для отдельных показателей по формуле:

$$I = \frac{X - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}, \quad (2)$$

где X – величина показателей исследуемых величин (X – фактические, $X_{\max}$ – максимальные, $X_{\min}$ – минимальные).

Составляющий блок туристического потенциала может иметь разное количество показателей. Сочетание туристических ресурсов на определенной территории осуществляют различное влияние на интенсивность рекреационной деятельности и на удовлетворение рекреационных потребностей населения [12].

С помощью методики интегральной оценки потенциала территории можно объективно определить территориальные различия в обеспеченности отдельных районов (регионов) компонентами туристического потенциала, что в свою очередь позволяет использовать ее для решения вопросов районирования и территориального планирования индустрии туризма в регионах.

1.2. Структура и показатели индустрии и экономики туризма

Туристическая индустрия – это совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристического продукта, освоение и использование туристических ресурсов, и создание материально-технической базы туризма. которая включает в себя следующие компоненты:

Основными элементами туристической индустрии являются организаторы туризма, предприятия размещения, предприятия питания,

транспортное обеспечение, а также объекты и средства досуга и развлечений (Рис. 1.2).

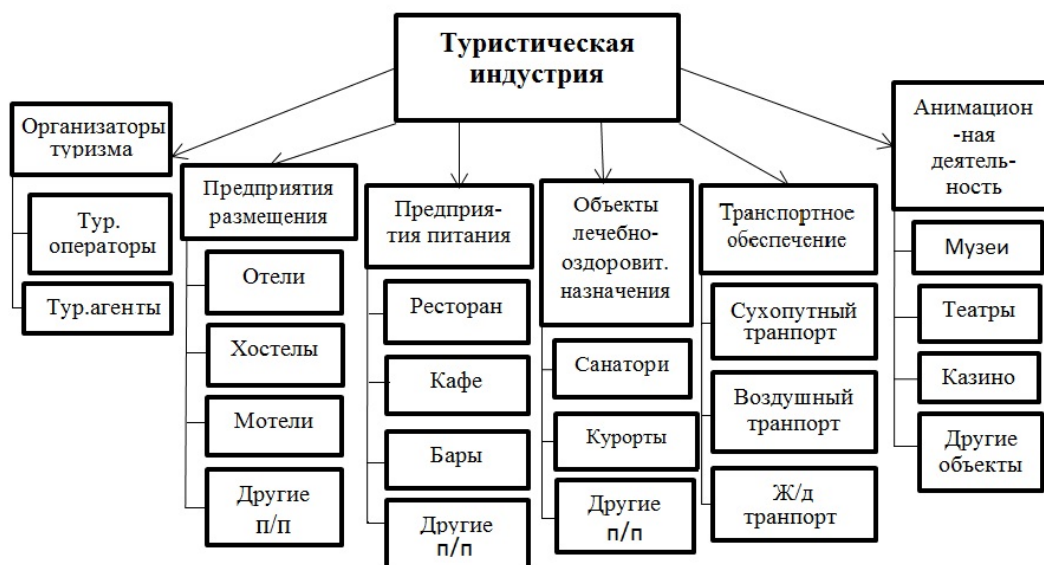


Рис. 1.2. Структура туристической индустрии

На современном этапе развития в сфере туризма действуют различные типы предприятий, осуществляющих туристическую деятельность. Ключевыми субъектами деятельности в туристической индустрии, взаимодействующих в процессе разработки и реализации турпродукта, предоставления и потребления туристических услуг, являются: туроператоры и турагенты.

Туристические операторы – это юридические лица, созданные согласно законодательству Украины, для которых исключительной деятельностью является организация и обеспечение создания туристического продукта, реализация и предоставление туристических услуг, а также посредническая деятельность по предоставлению характерных и сопутствующих услуг и которые в установленном порядке получили лицензию на туроператорскую деятельность [1].

Туристические агенты – юридические лица, созданные согласно законодательству Украины, а также физические лица – субъекты предпринимательской деятельности, которые осуществляют посредническую деятельность по реализации туристического продукта туроператоров и туристических услуг других субъектов туристической деятельности, а также

посредническую деятельность по реализации характерных и сопутствующих услуг [1].

Индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства и важную составляющую экономики туризма. В сектор размещения входят различные средства коллективного и индивидуального проживания: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, туристические приюты, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Система общественного питания образуется ресторанами различного класса, барами, кафе и столовыми, пунктами быстрого питания и самообслуживания, удовлетворяющими потребности туристов и местных жителей.

Лечебно-оздоровительные организации представляют собой санатории, курорты, профилактории, госпитали, и другие предприятия, которые предлагают специализированные многопрофильные лечебно-оздоровительные услуги с широким перечнем медицинских услуг рекреантам.

Транспортное обеспечение предполагают наличие транспорта для доставки путешественников к месту отдыха или экскурсии и возвращения домой. Также является важнейшим элементом туристической инфраструктуры и входит в основной комплекс услуг, включаемых в состав туристического продукта.

Анимация – это разработка и реализация специальных программ, мероприятий, организация развлечений и спортивного проведения досуга и свободного времени. Сюда включаются туристическо-экскурсионные услуги, посещение музеев, исторических памятников, обзорные экскурсии по городу или местности, а также другие познавательные или развлекательные мероприятия (праздники, фестивали, концерты, игорных заведений и др.).

Экономика туризма представляет собой систему отношений, возникающих в сфере туризма в процессе производства, распределения, обмена и потребления результатов туристической деятельности [11, с. 83].

По своей структуре экономика туризма представляет:

- 1) совокупность производственных отношений, возникающих в туризме;
- 2) рациональное использование всех ресурсов туризма;
- 3) науку, изучающую отраслевые аспекты экономических отношений в туризме.

Туризм является одной из важных отраслей экономики для любой страны. Эффективность туризма означает получение экономического результата от организации туризма, туристического обслуживания, производственно-обслуживающего процесса туристического предприятия, а также на микроуровне характеризуется системой экономических показателей, отражающих количественный объем реализации туристических услуг и их качественную сторону:

- объем туристического потока;
- величина туристических затрат;
- состояние и развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономической деятельности;
- показатели развития международного туризма.

К показателям, характеризующим объем туристического потока, относятся: общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных; количество туродней; средняя продолжительность пребывания туристов в стране, регионе.

Количество туродней определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность (в днях) пребывания одного туриста в стране.

$$Д = Ч \times t, \quad (3)$$

где D – количество туродней, чел.-дней; $Ч$ – количество туристов, чел.; t – средняя продолжительность пребывания одного туриста в данном регионе, дней [4, с. 39)].

Сезонность спроса на туристические услуги вызывает неравномерность туристических потоков. Для характеристики неравномерности туристического потока применяют коэффициент неравномерности, который рассчитывается по формуле [4, с. 39]е:

$$K_n = \frac{D_{\max}}{D_{\min}} \cdot 100\%, \quad (4)$$

где K_n – коэффициент неравномерности туристического потока, $D_{\max}$ – количество туродней в месяце максимального туристического потока, чел.-дней; $D_{\min}$ – количество туродней в месяце минимального туристического потока, чел.-дней.

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в данной стране. К ним относятся: номерной фонд в предприятиях размещения, число мест и количество предприятий общественного питания, число других объектов отведенных для туристов, и т.д.

Показатели финансово-экономической деятельности предприятий включают: объем реализации туристических услуг, выручка от реализации услуг туризма, показатели использования рабочей силы, показатели использования производственных фондов, себестоимость услуг туризма, прибыль, рентабельность, показатели финансового состояния туристической фирмы и др.

Отдельно выделяются показатели, характеризующие состояние и развитие международного туризма. К ним относятся:

- количество туристов, посетивших зарубежные страны;
- количество туродней по иностранным туристам;
- суммарные денежные затраты, произведенные туристами за время зарубежных поездок.

Развитие туризма для каждой страны (региона) имеет как преимущества, так и недостатки.

Преимущества проявляются в следующем [25, с. 126-127]:

- увеличивается денежный поток в регион, в том числе приток иностранной валюты;
- растет валовой национальный продукт;
- создают новые рабочие места;
- реформируется структура отдыха, которая может быть использована как туристами, так и местным населением;
- привлекается капитал, в том числе иностранный.

Недостатки развития туризма проявляются в том, что туризм:

- влияет на рост цен на местные товары и услуги, на земельные и другие природные ресурсы, на недвижимость и т.д.;
- способствует оттоку денег за границу при туристическом импорте;
- вызывает экологические и социальные проблемы.

Эффективное развитие туризма тесно связана с его экономической значимости для страны, которая определяется прямым и косвенным влиянием.

Расчет экономического воздействия расходов туристов производится с помощью мультипликатора. Туристический мультипликатор – это величина коэффициента косвенного влияния туризма на смежные отрасли экономики и социальной сферы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях [6, с. 59].

В соответствии с рекомендациями Статистической комиссии ООН мультипликативный эффект туризма оценивается при помощи вспомогательных счетов (Tourism Satellite Accounts) [35], которые представляют собой набор статистических показателей, предназначенные для углубленного изучения какой-либо отдельной экономической проблемы. Показатели вспомогательных счетов, как правило, методологически согласованы с другими показателями системы национальных счетов [21, с. 3].

Вспомогательные счета туризма предполагают расчет следующих специфических макроэкономических агрегатов, которые обеспечивают международную сопоставимость статистических оценок и являются обязательными показателями статистики туризма:

- добавленная стоимость туристической индустрии;
- туристическая добавленная стоимость;
- туристический валовой внутренний (региональный) продукт.

Добавленная стоимость туристической индустрии характеризует добавленную стоимость отнесенных к туристической индустрии видов экономической деятельности, созданную в результате обслуживания потребителей.

Туристическая добавленная стоимость складывается из той части добавленной стоимости туристической индустрии, которая обусловлена туристическим потреблением, и добавленной стоимости сопутствующих и неспецифических видов деятельности, созданной в результате обслуживания посетителей.

Туристический валовой внутренний (региональный) продукт определяется как сумма добавленной стоимости, созданной туристической индустрией и другими видами деятельности, занятыми обслуживанием туристов, налогов на продукты и импорт, включенных в рыночную оценку этого потребления. [21, с. 3].

Методологией вспомогательных счетов рекомендуется также проводить расчет дополнительных макроэкономических показателей [35]:

- занятость, обусловленная туризмом;
- инвестиции в основные средства (валовое накопление);
- туристическое коллективное потребление;
- совокупный туристический спрос.

Из этих показателей только занятость, обусловленная туризмом имеет достаточное методологическое подкрепление, методология расчета остальных находится в стадии формирования.

Также рекомендовано разрабатывать следующие вспомогательные счета туризма [35]:

- 1) счет производства в туризме;
- 2) спрос на туристический продукт;
- 3) производство добавленной стоимости в туризме;
- 4) занятость в туризме;
- 5) характеристика посетителей;
- 6) инвестиции в туризме;
- 7) основной капитал в туризме и др.

1.3. Оценка уровня развития туристической индустрии

Становление и развитие туризма как отрасли характеризуется системой определенных показателей. Показатели развития отрасли туризма отражают количественный объем реализации туристических услуг и их качественную сторону, а также экономические показатели производственно-обслуживающей деятельности туристических хозяйствующих субъектов. Система показателей развития туризма включает показатели, характеризующие: объем туристического потока, состояние и развитие материально-технической базы туризма, финансово-экономическую деятельность туристической фирмы, развитие международного туризма.

Показателями спроса на рынке туристических услуг являются:

1. Число прибытий туристов (в частности по странам проживания, по видам размещения и т.д.) в абсолютном и относительном исчислении. Это наиболее распространенный показатель, используемый в практике туристической деятельности.

2. Выезд туристов. В международном туризме принято различать страны-поставщики туристов, то есть те которые направляют туристов, и страны, которые принимают туристов.

3. Нетто-интенсивность туризма. Этот показатель фиксирует процент населения страны, которое ежегодно совершает хотя бы одну поездку. При интенсивности, превышающей 50%, можно говорить о массовом туризме.

4. Брутто-интенсивность туризма. Показатель рассчитывается как отношение числа предпринятых в исследуемый период туристических поездок к общей численности населения, то есть сколько туристических путешествий приходится в среднем на одного жителя страны за какой-либо период.

5. Доля выезда и въезда в национальном туристическом обороте. Речь идет о доле туристов, выезжающих за рубеж, и въезжающих в страну, в их общем числе. Дисбаланс выездного и въездного туризма наносит экономический ущерб за счет вывоза валюты.

6. Показатели туристических расходов: расходы на одного туриста, на один туродень, расходы по видам туруслуг, расходы на внутренний и выездной туризм. В Европе каждый турист тратит в среднем тысячу долларов за поездку.

7. Показатели продолжительности пребывания в туристическом центре, стране, регионе: количество туродней, которое рассчитывается как произведение количества туристов на среднюю продолжительность пребывания в днях, а также средняя продолжительность поездок, рассчитывается путем деления числа ночевки на количество поездок [18, с. 89].

Показатели предложения на рынке туруслуг:

1. Доля туризма в производстве валового внутреннего продукта и национального дохода. Данные показатели характеризуют долю валового внутреннего продукта (национального дохода), которую создает туристическая индустрия.

2. Доходы от туризма по стране, региону, туристическому центру. Показатель характеризует объем денежных поступлений от туризма.

3. Доходы от туризма на душу населения. Вычисляются как объем доходов, приходящаяся на одного среднестатистического жителя:

$D = \text{доходы от туризма} / \text{численность населения}$

4. Показатели развития материально-технической базы туризма. Эта группа показателей характеризует количество построенных туристических объектов, строящихся различные аспекты их оснащения и т.д..

5. Величина туристического оборота. Показатель характеризует общий объем работы туристических предприятий.

$\text{Туристический оборот} = \text{доходы} + \text{расходы}.$

6. Доля доходов от туризма в экспорте страны. Характеризует вклад туристической индустрии в производство товаров и услуг, вывозимых из страны. В отличие от других отраслей экспортные услуги туризма предоставляются туристам других стран в стране пребывания.

7. Валютные поступления от туризма.

8. Численность занятости в туризме.

9. Количество и структура предприятий, предоставляющих туристические услуги.

10. Количество проданных туров [18, с. 90].

Уровень развития туризма в стране или регионе выражается туристическими потоками, что подразумевает постоянное прибытие туристов в страну или регион, а также выезд туристов за границу на определенный период времени. К показателям, характеризующим объем туристического потока, относятся:

- общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных;

- средняя продолжительность пребывания туристов в стране или регионе, которая рассчитывается по среднему арифметическому;

- количество туродней, которое определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность в днях пребывания одного туриста в стране или регионе [4, с. 95]:

$$ТД = Ч_{\text{тур}} \times t \quad (5)$$

где ТД – количество туродней; $Ч_{\text{тур}}$ – численность туристов; t – средняя продолжительность пребывания одного туриста в данной стране (регионе).

Кроме показателей, которые характеризуют туристические потоки, развитие туристического бизнеса также оценивается макроэкономической и социальной эффективностью. Такие показатели эффективности туризма характеризуют вклад туризма в создание рабочих мест, в валовой внутренний продукт и национальный доход страны. Они выражают долю доходов от туризма в экспорте и долю расходов на туризм в импорте страны, охватывают мультипликационный эффект туризма, который влияет на социально-культурный уровень населения.

Эффективность туристической деятельности проявляется в минимизации совокупных затрат и повышении доходности туристических предприятий, а также в получении дополнительных выгод субъектами предпринимательства вне туристической сферы деятельности.

Особое значение приобретает сейчас оценка качества обслуживания туристов, построенная на основе следующих требований: комфортность перевозок и других услуг; широта ассортимента и уровень качества услуг на всем пути путешествия [8, с. 51].

К важнейшим показателям для оценки уровня развития туристической индустрии страны или региона относятся следующие:

- доход от реализации туристических услуг;
- уровень развития индустрии туризма (рассчитывается как отношение ВВП индустрии туризма к численности населения);
- занятость в индустрии туризма;
- производительность труда в индустрии туризма (рассчитывается как отношение ВВП индустрии туризма к количеству работников, занятых в непосредственно сфере туризма;
- душевые доходы от въездного туризма (рассчитывается как отношение поступлений от международного туризма к численности населения);

- душевые расходы на выездной туризм;
- интенсивность иностранного туризма (рассчитывается делением общего количества иностранных туристов на численность населения);
- прибыль от одного иностранного туриста (рассчитывается путем деления дохода от иностранного туризма на количество иностранных туристов).

Уровень развития туристической индустрии страны относительно других стран мира определяется через Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий (ИКТ), разработанный и ежегодно рассчитываемый специалистами Всемирного Экономического Форума (ВЭФ) [33].

Полный ИКТ страны вычисляется как средняя арифметическая величина из трех субиндексов: а) законодательная база туризма; бы) условия бизнеса и инфраструктура туризма; из) человеческие, культурные и естественные ресурсы туризма (таб. 1.1).

Таблица 1.1

Субиндексы и составляющие
Индекса Конкурентоспособности Туризма (ИКТ)

	Субиндекс А. Законодательная база туризма	Субиндекс В. Условия бизнеса и инфра- структура туризма	Субиндекс С. Человеческие, культурные и природные ресурсы туризма
Составляющие	1. Политические нормы и правила	6. Инфраструктура авиатранспорта	11. Человеческие ресурсы
	2. Экологические возможности	7. Наземная транспортная инфраструктура	12. Отношение (склонность) к туризму
	3. Безопасность и защищенность	8. Инфраструктура туризма	13. Природные ресурсы
	4. Здравоохранение и гигиена	9. Инфраструктура связи	14. Культурные ресурсы
	5. Приоритетность туризма	10. Ценовая конкурентоспособность туристической индустрии	

Субиндексы вычисляются как средние арифметические величины по 14 блокам, которые состоят из фактических количественных и аналитических качественных показателей, которые приводятся к шкале от 1 до 7. Количественные показатели – это фактические данные, набор проверенной статистической информации, полученной от национальных служб статистики, и специальных исследований, которые проводятся международными организациями (обзоры Международного Валютного Фонда, Всемирного Банка, Всемирного Экономического Форума, Программы развития ООН и других). Качественные показатели получают по результатам опросов представителей топ-менеджмента в оцениваемых странах (например, в 2009 году в них приняли участие больше 11 тысяч руководителей компаний со всего мира). Опросы позволяют оценить такие факторы, как практика управления, трудовые отношения, коррупция, состояние окружающей среды, качество жизни и тому подобное [33].

Величина каждой составляющей (блока) субиндекса рассчитывается по нескольким конкретным показателям:

Политические нормы и правила – учитывает распространение иностранной собственности, права собственности, влияние законов на прямые иностранные инвестиции, визовый режим, открытость двустороннего воздушного сообщения, прозрачность правительственной политики, средняя длительность процедуры оформления нового бизнеса, стоимость запуска бизнеса;

Экологические возможности – учитывает строгость и осуществление экологического регулирования, возможности развития туристской индустрии, выбросы углекислоты, концентрация твердых частиц в больших городах, виды фауны и флоры, которым угрожает исчезновение, ратификация экологических договоров;

Безопасность и защищенность – учитывает расходы на предотвращение преступлений, потери бизнеса от преступности, насилия и терроризма, надежность полицейских услуг, дорожно-транспортные происшествия;

Здравоохранение и гигиена – учитывает обеспеченность врачами, доступ к улучшившей санитарии, доступ к безопасной питьевой воде, обеспеченность больницами;

Приоритетность туризма – учитывает государственная приоритетность туристической индустрии, расходы правительства на туризм, эффективность маркетинга и рекламы из привлечения туристов, присутствие страны на главных туристических ярмарках;

Инфраструктура авиатранспорта – учитывает качество инфраструктуры авиатранспорта, пропускная способность авиалиний, количество полетов на 1000 населения, плотность аэропортов, развитие местных авиалиний, сеть международных авиалиний;

Наземная транспортная инфраструктура – учитывает качество автомобильных дорог, качество железнодорожной инфраструктуры, качество портовой инфраструктуры, качество местной транспортной сети, плотность дорожной сети;

Инфраструктура туризма – учитывает количество мест в гостиницах на 100 жителей, развитие автомобильного проката число автоматизированных банкоматов, которые принимают кредитные карточки виза;

Инфраструктура связи – учитывает степень использования Интернета в бизнесе, количество абонентов Интернета в расчете на 100 жителей, количество стационарных телефонных подключений на 100 жителей, абоненты скоростного Интернета, абоненты мобильной связи;

Ценовая конкурентоспособность туристической индустрии – учитывает стоимость доступа к международному авиатранспорту паритет покупательной способности, уровень и эффективность налогообложения, уровень цен на топливо, уровень цен в гостиницах;

Человеческие ресурсы – учитывает охват начальным и средним образованием, качество системы образования, местные возможности проведения специальных исследований и предоставления учебных услуг, длительность учебы производственного персонала подготовленность и

компетентность рабочей силы, практика найма и увольнения, легкость найма иностранной рабочей силы, распространение СПИДа, влияние СПИДа на ведение бизнеса, средняя продолжительность жизни на момент рождения;

Склонность к туризму – учитывает открытость туризма, отношение населения к иностранным посетителям, распространение командировок (деловых поездок);

Природные ресурсы – учитывает количество естественных объектов мирового значения, размер охраняемой территории, качество естественной окружающей среды, общеизвестные виды фауны;

Культурные ресурсы – учитывает количество культурных объектов мирового значения, спортивные стадионы, количество ежегодных международных ярмарок и выставок, экспорт изделий творческих отраслей.

В совокупности система показателей Индекса Конкурентоспособности Туризма демонстрирует сильные и слабые места в организации туристического бизнеса страны и, в свою очередь, позволяет правильно определить направления и приоритеты дальнейшего развития туристической индустрии страны.

РАЗДЕЛ 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ВЬЕТНАМА

2.1. Природные и социально-экономические предпосылки развития туризма во Вьетнаме

Социалистическая Республика Вьетнам (СРВ) – государство в Юго-Восточной Азии, расположенное вдоль восточного побережья полуострова Индокитай. На карте по форме территория Вьетнама напоминает вытянутую букву S, протянувшуюся на 1600 км (рис. 2.1). На западе граничит с Лаосом и Камбоджей, на севере – с Китаем, омывается Южно-Китайским морем с востока и юга.

По форме правления Вьетнам является республикой. По Конституции 1992 года руководящая роль в государстве и обществе принадлежит Коммунистической партии Вьетнама. Высшим органом государственной власти является однопалатное Национальное собрание, из 493 депутатов, избираемых на 5 лет всеобщим прямым голосованием. Главой государства является Президент, избираемый Национальным собранием на пятилетний срок из числа депутатов [40]. В административном отношении Вьетнам состоит из 58 провинций и пяти городов центрального подчинения.

Данным опроса по религиям, проведённого в 2010 году организацией Pew Research Center, отличаются от официальных: традиционные верования 45.3%, буддизм (16.4%), христианство (8.7%), атеисты (29.6%) [53].

Из-за длинной и узкой конфигурации страны главные железные дороги и воздушные пути во Вьетнаме тянутся в северо-южном направлении. Общая длина железнодорожной системы составляет около 2600 км, входят в международный транспортный коридор №2, который проходит по территориям России, Казахстана, Китая и Вьетнама. Коридор на данный момент обслуживает перевозки грузов в сообщении между Россией и Китаем до китайского порта Ляньюньган.

Провинциальные центры и центры уездов связаны между собой сетью автомобильных дорог, некоторые из них доходят до границ с Китаем, Лаосом и Камбоджи. Общая протяженность дорог страны – около 222 тыс. км, лишь 19% из которых с покрытием. Сеть дорог также включает федеральные дороги протяженностью 17,3 тыс. км, (83,5% с покрытием), провинциальные дороги, протяженность которых составляет 27,8 тыс. км (53,6% с покрытием), окружные дороги, а также городские и дороги коммун [40].

Внутриполитическая ситуация в стране стабильна на протяжении многих лет.

На протяжении десятилетий длится территориальный конфликт между Пекином и Ханоем из-за архипелага Спратли и Парасельских островов, на шельфе которых, согласно экспертным оценкам, могут быть сосредоточены значительные запасы нефти и минерального сырья. На эти территории претендуют также Бруней, Малайзия, Тайвань и Филиппины.

На сегодня Вьетнам является членом 63 международных организаций (ASEAN, WTO, APEC, ASEM, IMF, IOM, и др.) и поддерживает дипломатические отношения со 178 государствами. В 2009 г. успешно завершился двухгодичный период непостоянного членства СРВ в СБ ООН. В 2010 г. Вьетнам выполнял функции председателя АСЕАН [40].

Ландшафт Вьетнама очень разнообразен. Это страна горных хребтов и возвышенностей, которые сменяются просторными равнинами с пышной растительностью, живописные острова с благоприятным климатом, песчаные побережья теплого Южно-Китайского моря.

Более 80% территории Вьетнама занимают низкие и средневысотные горы. Лесами покрыто менее 30 % страны. На севере параллельно друг другу протягиваются глыбово-складчатые хребты юго-восточного простирания — Хоангльеншон (с высшей точкой Вьетнама горой Фаншипан — 3143 м), Шусунгтяотяй, Шамшао, разделённые узкими, глубокими продольными долинами. Вдоль западной границы протягиваются Аннамские горы (Чьонгшон).

Крупнейшие и самые полноводные реки Юго-Восточной Азии Хонгха и Меконг заканчивают своё течение на территории Вьетнама, впадая в Южно-Китайское море. Множество небольших рек, стекающих с плоскогорья Тэйнгуен и Аннамских гор в местах впадения в Южно-Китайское море образовали узкую полосу аккумулятивных приморских равнин.

В низовьях и дельте реки Хонгха на севере Вьетнама расположена аллювиально-дельтовая равнина Бакбо. Здесь же наибольшая плотность населения страны (1100 чел/км²) и расположена столица Вьетнама Ханой.

Обширная аллювиально-дельтовая равнина Намбо расположена на крайнем юго-западе страны в дельте реки Меконг. Здесь также высока плотность населения (450 чел/км²) и расположен крупнейший город страны Хошимин.

Вьетнам расположен в области субэкваториального муссонного климата, но в силу большой протяжённости страны с севера на юг, климатические условия на её территории несколько различаются. Зима на юге жаркая (26°C), на севере прохладная (15°C), температура воздуха иногда понижается до 1°C из-за проникновения холодного воздуха из Китая. В горах на высоте более 1500 м случаются заморозки. Зима сухая на юге и влажная на севере, а летом муссонные дожди поливают всю территорию страны. В конце лета и начале осени побережье Вьетнама посещают разрушительной силы тайфуны. На наветренных склонах гор в год выпадает 2500–3000 мм осадков, на подветренных – 700–900 мм.

Несмотря на то, что большая часть территории – гористая местность, горный туризм во Вьетнаме развит слабо. Среди горных курортов страны можно выделить курортные города, которые славятся неотразимой красотой природного ландшафта – Далат, Шапа и Дананг.

Страна в основном специализируется на пляжном туризме. Длина береговой линии составляет 3260 км. Также насчитывается около 125 самых красивых пляжей с благоприятными условиями для туризма.

Вьетнам также имеет большой потенциал природных ресурсов. В настоящее время правительство страны выделило 11 национальных парков, 61 природный парк и 34 лесопарков Культуры – Истории – Экологии. Самыми посещаемыми и популярными среди туристов являются Национальный парк Ба Ви, Ба Бе, Там Дао, Кат Тиен, Кон Дао и др [54].

Флора и фауна также богата и разнообразна, многие являются редкими видами и занесены в Красную книгу. В джунглях много драгоценных пород деревьев, которые могут быть задействованы в туризме, как объект осмотра для туристов.

В списке объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО во Вьетнаме значатся 7 наименований, из них 2 природных объекта и 5 архитектурных (Приложение А, рис. 2.2): Бухта Халонг, Национальный парк Фонгня-Кебанг; Комплекс памятников Хюэ; Исторический город Хойан; Святилище Мишон; Императорская цитадель Тханглонг – Ханой, Цитадель династии Хо. Доля объектов Вьетнама составляет примерно 0,6% от общего числа объектов, занесенных в список Всемирного наследия мира [31].

Вьетнам богат не только красивейшими местами природного значения, а также имеет ряд культурно-исторических достопримечательностей, которые несут в себе уникальную культурную ценность, например тоннели Ку-Ти, Пагода Одного Столба, Ароматная пагода, самая большая статуя великого Будды Шакьямуни в лежащем состоянии, башни тямов Понагар и другие.

Культура Вьетнама по-настоящему уникальна и насыщена колоритным разнообразием народных обрядов, традиционной музыкой, танцами, играми, народными музыкальными инструментами, кукольным театром на воде, боевыми искусствами, а также традиционными нарядами – «аозай». Театральные выступления кукольного водного театра завоёвывают большую популярность среди иностранных туристов. Также в стране есть много объектов индустрии анимации – музеи, театры, тематические парки, аквапарки, океанариумы.

Огромное количество фестивалей и традиционных праздников, являющихся особым направлением культуры, являются основой событийного и культурно-познавательного туризма во Вьетнаме.

На текущее время можно выделить основные туристические центры, которые являются самыми посещаемыми: это прибрежный город Нячанг, Халонг, исторический город Хюэ, Ханой, Хошимин, Далат, Муйне. Параллельно с перечисленными районами, в других уголках Вьетнама также бурно развивается туризм. Своими особенностями, разнообразием культуры и традиций, уникальной красотой природы и культурной ценностью, Вьетнам все больше привлекает туристов из многих стран мира [27].

СРВ относится к странам с переходной экономикой. По оценке руководства Вьетнама, в 2013 г. целенаправленные действия Правительства позволили восстановить макроэкономическую устойчивость. Существенное влияние на экономическое развитие оказал глобальный кризис, в первую очередь в странах – основных реципиентах вьетнамского экспорта – ЕС и США.

Структура ВВП в 2013 году распределялась следующим образом: сельское хозяйство – 18,4%, промышленность – 38,5%, услуги – 42,2%. В то же время занятость населения по секторам экономики: сельское хозяйство – 48%, промышленность – 21% услуг – 31%. Уровень безработицы составляет 1,3% (Рис. 2.2.)

Структура ВВП отражает тенденцию увеличения темпов роста сферы услуг. Сфера услуг на 2013 год является наибольшей частью общего числа ВВП страны, если в 2005 году она составляла всего лишь 38,1%, то в 2013 году составляет 42,2% ВВП. Эффективное развитие сферы услуг соответствует стратегической программе социально-экономического развития страны на период 2011-2020 гг. Темпы развития промышленности и сельского хозяйства замедлились. Если промышленность в 2005 году составляла 40,1% от ВВП страны, то в 2013 году составляет 38,5%, сельское

хозяйство в 2013 году снизилось на 2,5% по сравнению 2005 годом, и составляет 19,3% ВВП страны.

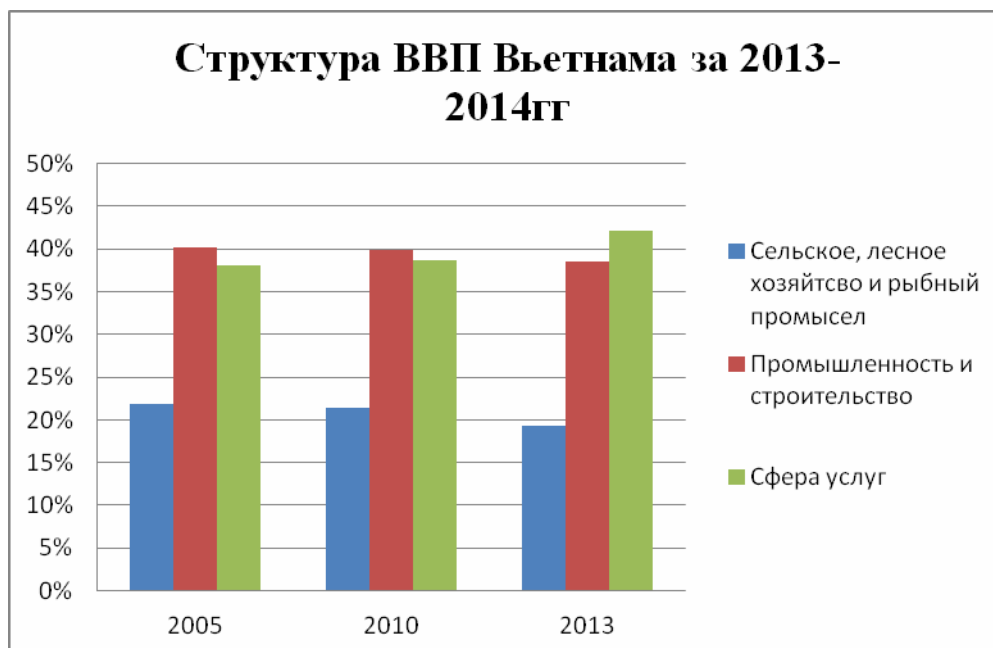


Рис. 2.2. Структура ВВП СРВ за 2013-2014 гг. [37]

Темпы роста ВВП в среднем составляют примерно 5,7% ежегодно. На 2013 год Размер номинального ВВП страны составляют около 178 млрд. долл. США, что 73% превышает уровня 2009 года. По данным Международного валютного фонда Вьетнам занимает 57 место среди 187 государств по объему ВВП (Таб. 2.1).

Таблица 2.1

Темпы роста ВВП во Вьетнаме в 2009-2013 гг.

Год	2009	2010	2011	2012	2013
Прирост (%)	5,32	6,78	5,89	5,25	5,42
Номинальный ВВП (млрд. долл. США)	99,8	110,7	133,1	155,3	173,0
ВВП на душу населения (долл. США)	1 160	1 273	1 517	1 749	1 914

Литература: [37, 42]

Вьетнам также активно участвует в международных интеграционных процессах, выступает одним из ведущих мировых экспортером риса, кофе, натурального каучука, черного перца. Основными торговыми партнерами

Вьетнама является Китай (товарооборот – 50,2 млрд. долл. США), США (29,1 млрд. долл. США), Республика Корея (27,3 млрд. долл. США), Япония (25,3 млрд. долл. США), Тайвань (11,6 млрд. долл. США), Таиланд (9,4 млрд. долл. США), Малайзия (9,0 млрд. долл. США), Сингапур (8,4 млрд. долл.) [37].

Приоритетными отраслями экономики являются энергетика, перерабатывающая промышленность, индустрия высоких технологий, добыча полезных ископаемых, металлургическая и химическая промышленности.

Основные товарные рынки представлены в виде сборочного производства электронной техники, швейного производства, морепродуктов, древесины и мебели, продукции тропического земледелия [42].

К позитивным факторам экономического развития можно отнести положительное сальдо внешнеторгового баланса, значительный рост прямых иностранных инвестиций (35,9%), увеличение золотовалютного запаса до 32 млрд. долл. США, укрепление донга к доллару США, а также низкий уровень инфляции, который составляет 6,04% (Приложение В).

Среди негативных факторов выделяются: низкий уровень производительности труда (60% от уровня стран АСЕАН); стагнация в сфере недвижимости в течение 2011-2013 гг. (стоимость невостребованной недвижимости оценивается в 4 млрд. долл. США); замедление темпов банковского кредитования (8,8%). Государству не хватает денежных средств – объем бюджетных капиталовложений остался на уровне 2012 г. Впервые не выполнен план поступлений в госбюджет. Несмотря на предпринятые антикоррупционные меры и ужесточение наказаний, заметного улучшения в данной области не наблюдается [54].

По данным Федерации профсоюзов Вьетнама средняя зарплата в отчетный период была на уровне 3,667 млн. донгов в месяц (174 долл. США). При этом 62% трудящихся получало зарплату ниже 4 млн. донгов (190 долл. США). В настоящее время установленный минимум покрывает приблизительно 80% реального прожиточного минимума на человека [42].

Социальная инфраструктура тесно взаимодействует с туристической инфраструктурой. Из туристических маршрутов железнодорожного транспорта можно выделить направление Ханой – Хошимин, Ханой – Шапа, Ханой – Халонг, Хошимин – Нячанг. В общем железнодорожный транспорт играет малую роль в развитии туризма. Существует несколько типов поездов в зависимости от класса. Составы достаточно старые и изношенные, двигаются медленно, с частыми остановками, но по сравнению с автобусами более просторны и безопасны. Уровень сервиса также возрастает в зависимости от класса – например, европейского образца мягкие спальные вагоны с кондиционерами вполне современны [39].

В стране можно увидеть много разных средств передвижений, большую часть из которых являются мотоциклы – основное средство передвижения местного населения. Среди общественного транспорта, можно выделить автобусы – это популярный и самый дешевый способ передвижения из одного города в другой. Во Вьетнаме также есть рейсовые автобусы Open Bus, и «Sleeping bus», особенностью которых является пассажирские места исключительно только в лежащем состоянии, так как данный вид автобусов специализируется исключительно для перевозок пассажиров в ночное время суток. Кроме того есть большие туристические автобусы, с повышенной комфортностью, рассчитанные на состоятельных вьетнамцев и туристов [37].

Основа общественного транспорта для туристов являются такси и велорикши, а также арендованное авто. Такси можно найти везде, от обычных легковых автомобилей до микроавтобусов, поездка всегда оплачивается по километражу, но в большинстве случаев на туристах водители такси пытаются «заработать», поэтому завышают цены, или ведут по длинной дороге.

Большой популярностью среди туристов являются велорикши – не столько способ передвижения, сколько туристическое развлечение. Сегодня данный вид транспорта специализируется только на туристах, он встречается практически в каждом туристическом центре и при многих гостиницах.

Авиатранспорт является самым быстрым и комфортным видом транспорта. Вьетнам в настоящее время имеет 27 аэропортов, 9 из которых являются международными. Однако в основном международные рейсы принимают только аэропорты Ханоя (Нойбай), Дананга Хошимина (Тяншоннят) и Нячанга. Внутренние авиарейсы осуществляются в крупных городах, а также и на островах (о.Кондао и о.Фукуок). Авиакомпании Vietnam Airlines, Jetstar Pacific Airline, Air Mekong, VietJet, Air Asia, считаются самыми надежными и укомплектованы новыми самолетами [48].

Морские пассажирские суда, катера и паромы ходят на некоторые острова. Существует регулярная пассажирская линия Ха Лонг – Хюэ – Хошимин. Из г. Хошимина в центр дельты реки Меконг регулярно ходит катер на 50 пассажиров.

Вьетнам является страной с хорошо развитыми сетями фиксированной и сотовой телефонной связи и Интернетом. Большинство туристов пользуются мобильными телефонами для связи и доступа в интернет. В стране нет роуминга, вызовы внутри сотовых сетей в любом населенном пункте или провинции осуществляются по существующим тарифам. Беспроводная сеть wi-fi есть практически в любых отелях Вьетнама, а также во многих ресторанах и кафе, доступ к которым в основном бесплатный.

Качество здравоохранения, которое обеспечивается в государственных больницах Вьетнама значительно улучшилось в последние годы. Медицинское обслуживание во Вьетнаме распределяется между государственным и частным секторами. В стране также много больниц, международного уровня, среди них Internatioanal Hospital Vinmec, стоматологические клиники International SOS Clinic, в которые работают вьетнамские и иностранные специалисты, говорящие на разных иностранных языках [47]. Для туриста лучше всего взять медицинское страхование, чтобы покрыть расходы на здравоохранение на протяжении всего пребывания.

По статистике на 2012 год, во Вьетнаме насчитывается 15,4 тысячи предприятий размещения. Итоговый номерной фонд составляет – 227,7

тысячи номеров [38]. В гостиницах количество предоставляемых услуг не уступает европейским стандартам: конференц-залы, СПА, оздоровительные центры, бассейны, теннис, гольф, завтраки, шведские столы, и многие другие услуги. Помимо высококлассных отелей, в стране большое количество, так называемых, «дом для отдыха», которые в основном предоставляют услуги на ночлег, кроме этого и предоставляются дополнительные услуги, оплата за проживания может производиться по часам.

Во Вьетнаме также большое разнообразие предприятий питания, начиная с мобильных мини столовых до роскошных ресторанов. В ресторанах представлена кухня многих народностей – европейская, китайская, итальянская, индийская, и т.д. В крупных городах можно найти рестораны быстрого питания, такие как KFC, Burger King, недавно в Хошимине открылся McDonalds.

Вьетнамская кухня характерна использованием рыбного соуса, соевого соуса, риса, свежей зелени – лимонное сорго, мяту, вьетнамскую мяту, листья кориандра и базилика, а также фруктов и овощей. Наиболее распространенными видами мяса являются свинина, курятина, креветки и другие морепродукты. Самым любимым традиционным вьетнамским блюдом среди туристов является «Фо», которые представляет собой суп с рисовой лапшой и кусочками говядины [44].

Проблемой местных мини столовых и мини-кафе является отсутствие гигиены, что в большинстве случаев пугает туристов. Поэтому туристы больше всего предпочитают питаться в ресторанах.

Вьетнамцы – очень дружелюбный народ – таково мнение практически каждого туриста, побывавшего во Вьетнаме. Рассматривая социально-культурное влияние туристов на местное население, туризм во Вьетнаме вызывает энтузиазм, воспринимая туристов как друзей и чувствуя всеобщее удовлетворение, данное явление по индексу раздражительности называется «эйфория».

Стабильный политический режим обеспечивает низкий уровень организованной преступности в стране. Вьетнаму не угрожают ни международный, ни местный политический терроризм. Единственной опасностью для туристов являются карманные кражи, кражи сумок, драгоценностей, фотоаппаратов и телефонов.

Визовые формальности для туристов стандартные. Кроме того, граждане Российской Федерации, Японии, Южной Кореи, Дании, Норвегии, Финляндии, Швеции, Таиланда, Сингапура, Малайзии, Филиппин, Индонезии, а также чиновники и должностные лица Секретариата АСЕАН, и другие азиатские страны кроме Мьянмы, могут отправляться во Вьетнам, не зависимо от целей поездки, без визы на срок не превышающий 15 дней. Для туристов из Украины, оформление визы является обязательным.

В случае въезда во Вьетнам ребенка до 18 лет в сопровождении одного из родителей или без родителей, необходимо предоставить копию нотариально заверенной доверенности от родителей. Если невозможно предоставить доверенность, нужны документы, подтверждающие причину ее отсутствия [41].

2.2. Уровень развития и конкурентоспособность туристической индустрии Вьетнама

Вьетнам находится в Юго-Восточном Азии. В 2013 году Юго-Восточная Азия заметно продвинулась по показателям международного туризма. По динамике прибытий, в 2013 году число туристов посетивших этот субрегион возросло на 7,3 млн. туристов (+9%), в общем составляет 84,6 млн. туристов эквивалентно 36,2% от всего Азиатско-Тихоокеанского макрорегиона. По международным поступлениям этот регион заработал 91,7 млрд. долл. США [32].

В 2012 году стоимость валового продукта индустрии туризма (прямое потребление в ВВП) Вьетнама оценивалась в 6,5 млрд. долл. США – 4,5%

ВВП страны, или 70 долларов на душу населения. Объем же экономики туризма (суммарное потребление в ВВП) составил 13,5 млрд. долларов, что составляет – 9,4% ВВП, или 146 долларов на одного жителя. Прямой вклад сферы туризма в ВВП страны в 2000 году оценивался в 2,9млрд. долл. США, стабильный рост в среднем на 8,2% наблюдался вплоть до 2007 года, к этому периоду ВВП индустрии туризма составил 5,77 млрд. долл. США. Незначительное снижение показателя на 3,4% зафиксировано в 2008 году и снижение на 10,3% в 2009 году, и составляет порядка 4,98млрд.долл.США. В 2010 году рост прямого вклада вновь возобновился, и к 2013 году ВВП индустрии туризма составляет 7 млрд. долл. США (Рис. 2.3) [34, с. 3].

Таблица 2.2

Международные туристические прибытия и денежные поступления
в Азиатско-Тихоокеанский макрорегион в 2013 году.

Название показателей Название региона	Турист. прибытия (млн. чел.)	Часть от Азиатско- Тихоокеанского макрорегиона (%)	Поступления от международного туризма (млрд. долл. США)	Часть от Азиатско- Тихоокеанского макрорегиона (%)
Северо- Восточная Азия	122,8	52,6	166,8	51,5
Юго-Восточная Азия	84,6	36,2	91,7	28,3
Океания	12,1	5,2	41,2	12,7
Южная Азия	14,1	6	24,2	7,5

Таблица составлена по материалам: [32]

Что касается ВВП экономики туризма, показатели имеют резкие скачки и спады на протяжении 2005-2009 гг. Суммарное потребление в ВВП в 2000 году оценивается в размере 6,7 млрд. долл. США, этот показатель вырос в полтора раза к 2004 году и составляет 10,1 млрд. долл. США. В 2006 году наблюдается резкий скачок на 20% по сравнению с размером ВВП в 2005 году и составляет 13,6 млрд. долл. США. Также после спада ВВП экономики туризма в 2007 году на 17%, в 2008 году вновь зафиксировано резкое повышение на 27% и достигает цифры 14,4 млрд. долл. США. На ВВП экономики туризма 2009 года также повлиял всемирный финансовый кризис,

вследствие чего показатель снизился на 18% и сравнился с показателем 2007 года – 11,8 млрд. долл. США. С 2010 года по 2013 гг. рост ВВП экономики туризма стабилизировался и составляет в среднем 5% ежегодно, в 2013 году размер ВВП экономики туризма составил 14,5 млрд. долл. США [34, с. 4].

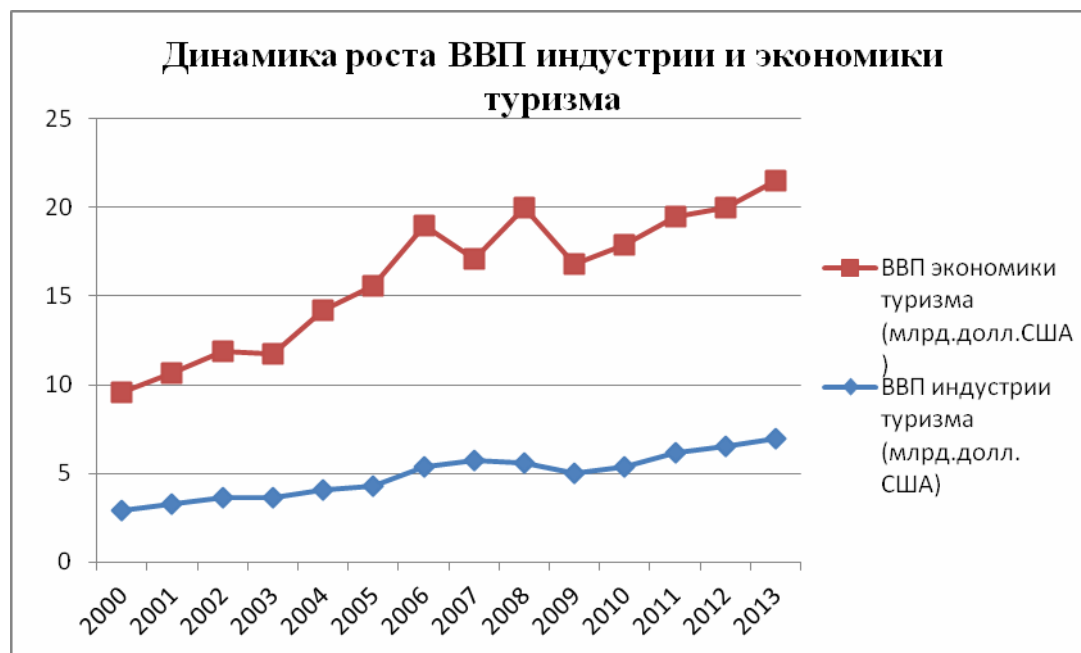


Рис. 2.3. Динамика роста ВВП индустрии и экономики туризма во Вьетнаме [34]

Возможности трудоустройства в сфере туризма многочисленны, в большей степени она включает в область коммерческого сектора.

На 2013 год непосредственно в туристической индустрии страны занято 1,83 млн. работников (3,8% рабочей силы), а в экономике туризма (т.е. с учетом косвенной занятости) – 3,9 млн. чел. (8,1% рабочей силы). Анализируя данные на период времени 2000-2005гг., занятость в индустрии туризма колеблется в пределах от 1,4 млн. по 1,6 млн. рабочих (Рис. 2.4). Заметный рост занятости зафиксирован в 2006 году и составляет более 2 млн. работников, что на 45% превышает уровня занятости в индустрии туризма 2000 года. К 2009 году количество трудящихся снизился на 20% до уровня 2005 года. В период времени 2010-2013 гг. уровень занятости непосредственно в туристической индустрии стабильно повышается в среднем на 4% ежегодно.

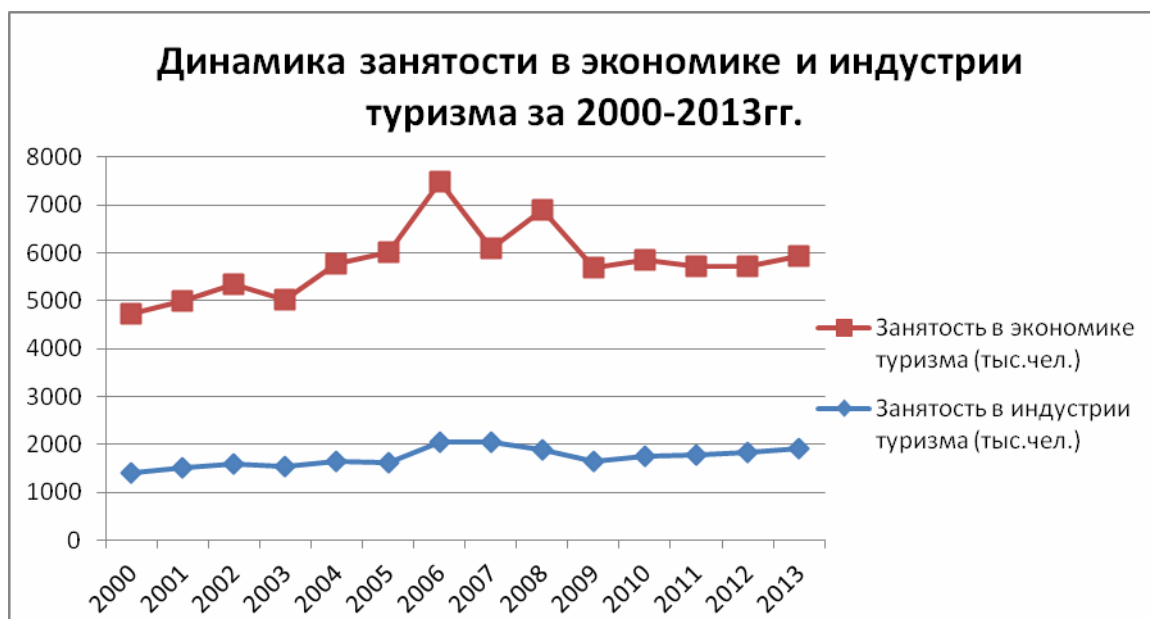


Рис. 2.4. Динамика занятости в экономике и индустрии туризма
во Вьетнаме [34, с. 4]

Динамика занятости в экономике туризма имеет более хаотичную структуру. Если в 2000 году насчитывается около 3,3 млн. работников, уже через 2 года, этот показатель вырос на 13,5% и составляет 3,7 млн. человек. Показатель 2003 года уменьшился на 7% по сравнению с 2002 годом, и составляет 3,5 млн. человек. Быстрый рост занятости в экономике туризма наблюдается в 2006 году, впервые число трудящихся достигает 5,4 млн. человек, рост которого по сравнению с 2003 годом составляет 55,6%. Снижение рабочей силы выявлено в 2007 году (-25%) и в 2009 году (-20%). С 2010-2013 гг. наблюдается умеренная изменчивость количества занятых в сфере услуг предела 2%. В 2013 году в экономике туризма (т.е. с учетом косвенной занятости) насчитывается 3,9 млн. чел., что составляет 8,1% от всей рабочей силы [34, с. 4].

По анализу Национального управления туризмом Вьетнама, на 2013 год занятность в туристической индустрии также распределяется по виду деятельности следующим образом: управление в различных предприятиях туризма – 21%, организаторы туризма, а именно туроператоры и турагенты составляют 7,4%, обслуживающий персонал в общем составляет 71,6%, к ним относятся персонал на предприятиях размещения – 23,8%, чуть больше

составляет персонал на предприятиях общественного питания – 25,6%, работники в сфере транспортного обеспечения – 10,6%, гиды-переводчики и экскурсоводы составляют всего лишь 2,4%, на другие рабочие места в сфере туризма отделено около 9% рабочей силы (Рис. 2.5) [38, 28].

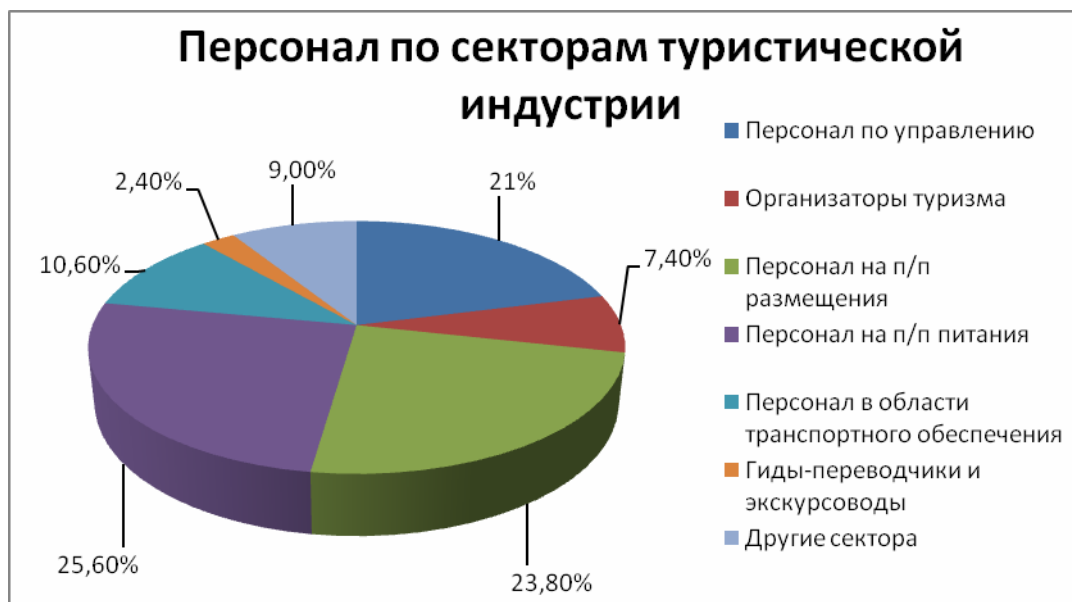


Рис. 2.5. Персонал по секторам туристической индустрии [38, 29]

На данный момент, прямые иностранные инвестиции играют важную роль в развитии и экономике и туризма страны. Капитальные вложения в разные сектора туристической индустрии туризма, таких как новые объекты размещения, развитие транспортного обеспечения, рестораны и развлекательные мероприятия. На развитие туризма в 2012 г. вложено 8,3% от всех инвестиций страны (Рис. 2.6).

На 2000 год размеры инвестиций незначительны, всего лишь 0,7 млрд. долл. США, причиной является воздействие азиатского финансового кризиса 1998 года. К 2005 году этот показатель увеличился почти в 5 раз, и достиг цифры в 3,3 млрд. долл. Вступление Вьетнама во Всемирную торговую организацию (WTO) в 2007 году способствовало усилению роста прямых иностранных инвестиций, по сравнению с периодом 2000 года этот показатель вырос в 7,5 раз и достигает 5,3 млрд. долл. США. Причиной резкого падения инвестиций в 2009 году до уровня 3,7 млрд. долл. США, является всемирный экономический кризис. За период 2010-2013гг.

наблюдается умеренный рост капитальных вложений, в среднем составляет 3-5% ежегодно [34, с. 5].



Рис. 2.6. Инвестиции в туризм во Вьетнаме [34, с. 5]

За последние 13 лет международный туризм Вьетнама характеризуется высокими темпами роста (Рис. 2.9). Если в 2000 году Вьетнам посетило 2,1 млн. иностранных туристов, то в 2007 году Вьетнам принял их в 2 раза больше – 4,2 млн. (Рис. 2.7). В 2003 году в стране зафиксирован спад турпотока на 8% в связи с эпидемией птичьего гриппа. В 2004 и 2005 годах вновь наблюдается подъем на 42%, с 2,4 млн. до 3,4 млн. туристов [35].

Причиной резкого снижения туристических потоков во Вьетнам в 2009 году, является мировой финансовый кризис 2008 года, что не только повлияло на туризм, но и привело к снижению экспортных рынков, рынков капитала, рынков труда и экономики многих стран.

На период с 2010-2013гг. наблюдается резкое увеличение прибытий иностранных туристов в СРВ. Уже в 2013 году, количество иностранных туристов посетивших страну возросло в 2 раза по сравнению с кризисным периодом 2009 года, и составило порядка 7,5 млн. туристов. По сравнению с 2012 годом, показатель 2013 года вырос на 24,3%, что эквивалентно 1,6 млн.

туристов. Также за 5 месяцев 2014 года страну посетило около 3,75 млн. иностранных туристов, этот показатель превышает показателя первого полугодия 2013 года на 26%.

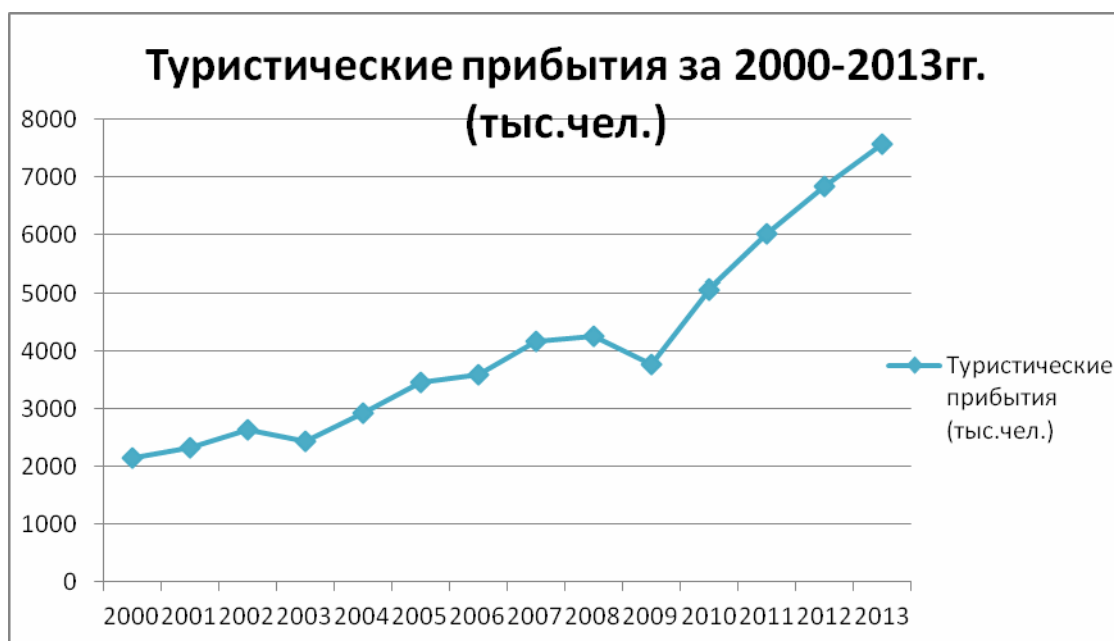


Рис. 2.7. Количество иностранных туристов, посетивших СРВ [35]

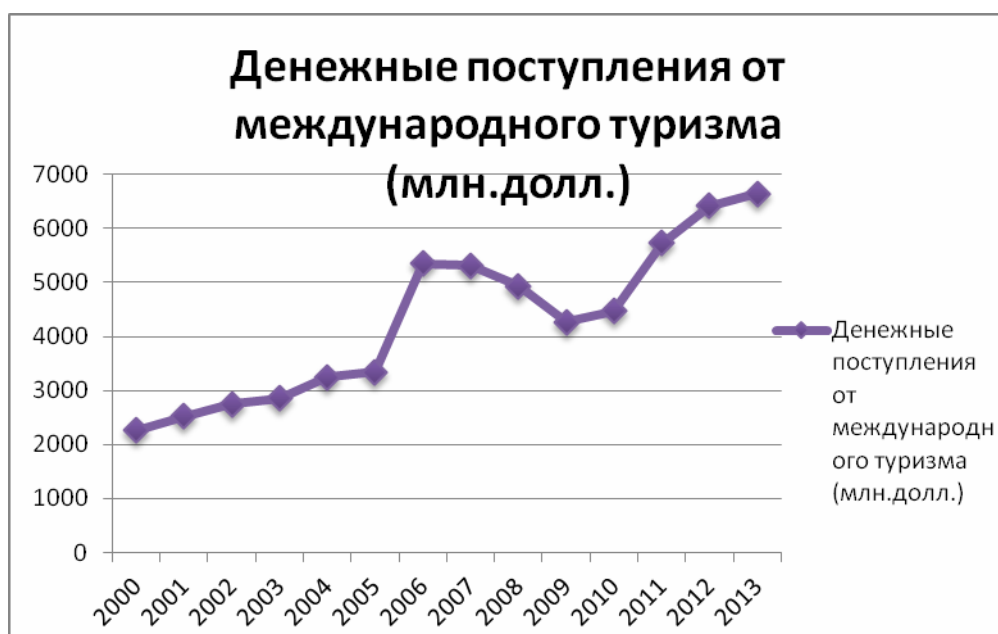


Рис.2.8. Динамика денежных поступлений во Вьетнам от международного туризма [34, 35]

Денежные поступления от международного туризма 2013 года внесли не малый вклад в бюджет страны, и оценивается в размере 6,6 млрд. долл. США. Этот показатель вырос на 3,6% по сравнению с 2012 годом, и почти в

3 раза больше показателя 2000 года. За 2000-2005гг. наблюдается стабильное увеличение денежных потоков в среднем на 8% ежегодно (Рис. 2.8).

В 2006 году наблюдается резкий рост денежных поступлений от международного туризма, оценивается около 5,3 млрд. долл. США, что на 65,4% больше чем в 2005 году. В трех последующих годах зафиксировано снижение доходов, к 2009 году денежные поступления составляют 4,3 млрд. долл. США. За последние 4 года рост денежных потоков вновь возобновился, если в 2010 году насчитывается 4,5 млрд. долл. США, то в 2013 году этот показатель достигает 6,6 млрд. долл. США и является наилучшим среди всего анализируемого периода.

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), нами рассчитаны показатели уровня развития отрасли (Табл. 2.3).

Уровень развития индустрии туризма характеризуется отношением размера ВВП индустрии туризма на душу населения, если в 2007 этот показатель составил 67,8 долл. США на одного жителя, то в 2013 году этот показатель увеличился на 11,8% и составил 75,8 долл. США на душу населения. Соответственно уровень развития экономики туризма в 2007 году имеет 134,7 долл. США на душу населения, а в 2013 году показатель увеличился на 16% и составил 156,8 долл. США на одного жителя.

Производительность труда в индустрии туризма в 2007 году составил 2,8 тыс. долл. США на одного работника, этот показатель значительно вырос в 2013 году, и составила порядка 3,7 тыс. долл. США на рабочего. Производительность экономики в 2013 году увеличился на 30% по сравнению с 2007 годом и составила 3,6 тыс. долл. США на одного работника.

Мультипликатор дохода в туризме в 2013 году увеличился, если в 2007 году этот показатель составлял 1,9, то в 2013 году составил 2,07. По прогнозам WTTC, к 2023 году мультипликатор дохода в туризме будет равен 1,99. Кроме того, размер доходов от въездного туризма на душу населения, душевые расходы на выездной туризм, а также туристическое потребление на одного жителя в 2013 году, по сравнению с 2007 годом, увеличиваются.

Таблица 2.3

Экономические показатели развития туристической индустрии Вьетнама

№	Показатель	Единица измерения	2007	2013 г.	2023 г.
11	Численность населения страны	млн. чел	84,2	92,5	-
22	ВВП страны	млрд. \$	71	173	-
13	Занятость в индустрии туризма	млн. чел	2,03	1,9	2,3
14	ВВП индустрии туризма	млн. \$	5710	7010	13435
15	Уровень развития индустрии туризма	\$/чел	67,8	75,8	145,2
16	Производительность труда в индустрии туризма	\$/раб.	2812,8	3689,5	5841,3
17	Занятость в экономике туризма	млн. чел	4,07	4,0	4,65
18	ВВП экономики туризма	млн. \$	11340	14520	26740
19	Уровень развития экономики туризма	\$/чел	134,7	156,8	289,1
210	Производительность труда в экономике туризма	\$/раб.	2786,2	3630	5750,5
211	Мультипликатор занятости в туризме		2,0	2,1	2,02
212	Мультипликатор дохода в туризме		1,9	2,07	1,99
213	Инвестиции в туризме	млн. \$	5321,8	4017,9	7246,5
114	Мультипликатор инвестиций		1,07	1,75	1,85
115	Душевые инвестиции в туризме	\$/1 жителя	63,2	43,4	78,3
116	Количество иностранных туристов	млн. чел	5,321	7,572	10,631
17	Поступления от международного туризма	млн. долл.	5309,2	6644,7	13085
18	Интенсивность иностранного туризма	кол. иностр. туристов / 100 жит.	6,3	8	11,5
19	Душевые доходы от въездного туризма	\$/1 жителя	63,05	71,8	141,5
20	Душевые расходы на выездной туризм	\$/1 жителя	37,8	36,05	66,4
21	Прибыль от одного иностранного туриста	\$/1 иностр. турист	999,7	877,5	1230,8
22	Туристическое потребление на 1 жителя	\$/1 жителя	118,58	131,97	254,09
23	Сальдо туризма	млн. долл.	-2666,3	-2427,8	-3482,95

Литература: [35]

По подсчетам Национального управления туризма, на 2013 год во Вьетнаме числится почти 2,2 тысячи предприятий туроператоров и турагенств, из них более 1,2 тыс. предприятия специализируются на

организации международных туров и поездок (Рис. 2.9). Кроме того увеличилось количество ресторанов и общественных предприятий питания, если в 2005 году их насчитывалось всего лишь 5,8 тысяч, то в 2012 году это число увеличилось в 4,5 раза и уже насчитывается 26,8 тысяч предприятий. Большая часть предприятий сконцентрирована в южных провинциях страны, самая меньшая доля приходится на центральную часть Вьетнама. Кроме того за последние годы увеличилось количество развлекательных заведений, культурно-познавательных объектов, спортивных заведений, а также конференций, выставок, фестивалей и других мероприятий и предприятий туристической индустрии [38, 29].



Рис.2.9. Динамика роста предприятий
в сфере туристического обслуживания во Вьетнаме [38]

Согласно данным статистики Национального Управления Туризма, за период 2002-2012 гг. наблюдается интенсивное увеличение количества предприятий размещения (Рис. 2.10). Если на 2000 год насчитывалось всего лишь 3,3 тысячи предприятий, то на 2012 год, это число увеличилось почти в 5 раз и достигло цифры 15,4 тысяч. Соответственно увеличилось количество номеров, сравнивая с показателем 2000 года – 72,2 тыс. номеров, в 2012 году

этот показатель увеличился почти в 4 раза, и составил уже – 277,7 тысячи номеров. Из них 34% составляют отели от 3* до 5*. Общая окупаемость номеров составила около 60% ежегодно.

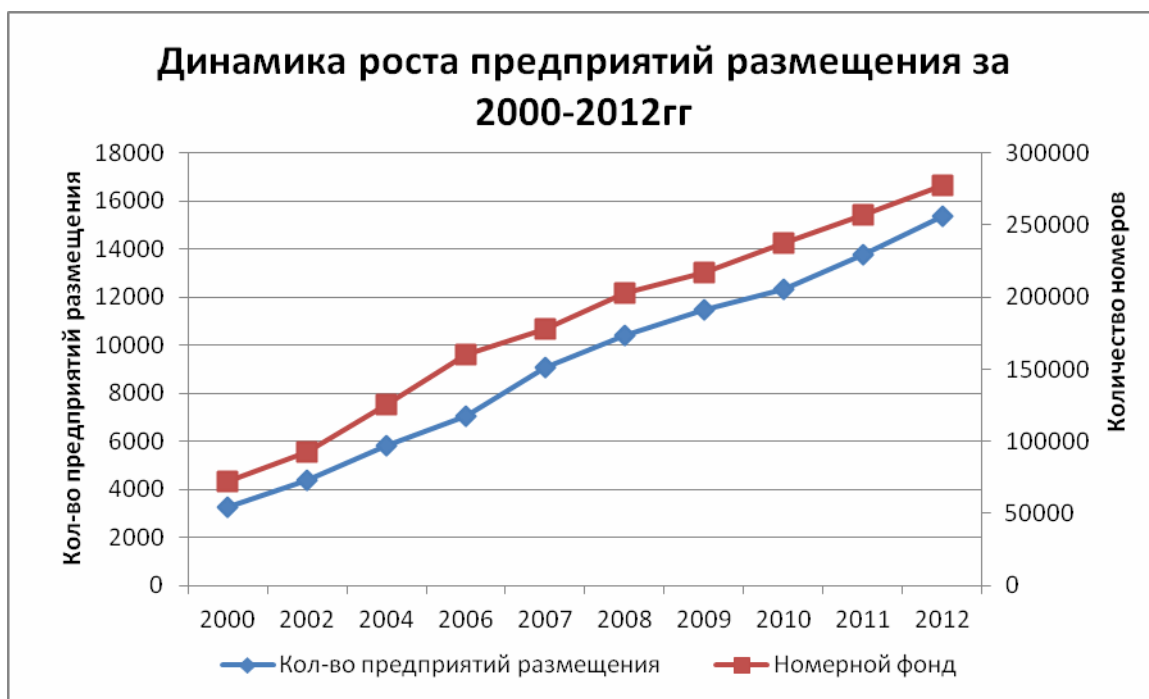


Рис. 2.10. Динамика роста предприятий размещения во Вьетнаме [38]

Таблица 2.4

Международные цепи отелей во Вьетнаме

№	Название	Количество отелей	Общий номерной фонд
1	Accor Hotels & Resorts	11	2083
2	IHG	3	1024
3	Sheraton,	3	1000
4	Movenpick Hotels	2	400
5	Marriott	1	336
6	Hilton	1	259
7	Hyatt	1	252

Литература: [55]

Категория отелей определяются количеством звезд (от 1* до 5*), в зависимости от 5 критерий: месторасположение и архитектура; инфраструктура; предлагаемые услуги и уровень обслуживания; персонал; гигиена. В гостиницах количество предоставляемых услуг не уступает европейским

стандартам: конференц-залы, завтраки, шведские столы, спа, оздоровительные центры, бассейны, гольф и многие другие услуги.

Самая большая национальная гостиничная цепь – это Мьонг Тхань (Muong Thanh), состоящая из 18 отелей 3*, 4* и 5*. Кроме того в стране много разных международных цепочек отелей (Табл. 2.13)

Развитие индустрии туризма также оценивается уровнем конкурентоспособности стран, который рассчитывается Всемирным экономическим форумом (Приложение Г).

Вьетнам, на основе отчета по туризму, в 2013 году имеет 4,0 балла из 7,0 по Индексу глобальной конкурентоспособности туризма занимает 80 место среди 140 представленных стран. По сравнению с 2007 годом, Вьетнам несколько улучшил свою позицию, так как в 2007 году страна занимала 87 место (3,8 балла) [36, с. 358].

Рассматривая субиндексы конкурентоспособности, то нормативно-правовая база Вьетнама в 2007 году находится на 84 месте и имеет 3,9 балла из 7 возможных, к 2013 году этот показатель повысился до 4,5 балла, но по рейтингу из 140 стран снизился на 7 позиций, и занимает 88 место.

Что касается показателя условий бизнеса и инфраструктуры туризма, то в 2013 году не значительно повысился по сравнению с 2007 годом (95 место), и занимает всего лишь 94 место, обладая 3.3 баллами.

Ситуация с человеческими, культурными и природными ресурсами может порадовать, если в 2007 году по рейтингу этот индекс был на 76 месте, то в 2013 году он находится на 43 месте и имеет 4.3 балла.

Что касается отдельных разделов, из которых состоят субиндексы, то наилучших прогресс имеет раздел Политические нормы и правила, если в 2007 году этот показатель был на 104, то в 2013 году этот показатель значительно продвинулся, и занимает уже 60 место, имея 4,6 балла из 7 возможных. Также в 2013 году продвинулся на 13 позиций раздел Здоровье и гигиена, и имеет 4,5 баллов и занимает 81 место в рейтинге. К числу наилучших изменений также относится Культурные ресурсы, в 2013 году

этот показатель занимает 28 место, что улучшил на 56 позиций по сравнению показателем с 2007 года.

Медленные улучшения имеют показатели раздела Безопасность и защищенность, в 2007 году имел 3,6 балла и стоял на 84 месте, но в 2013 году хоть и повысился балл до 4.9, но по рейтингу упал на 58 место. В разделе Природные ресурсы также наблюдается медленный прогресс: в 2013 году по рейтингу занимает 50 место, улучшив на одну позицию по сравнению с 2007 годом [36, с. 359].

В 2013 году наблюдается отставание по разделу Приоритетность туризма, снизился с 76 места (2007г.) по рейтингу на 110. Аналогичная ситуация с разделом Экологическая устойчивость: в 2013 году рейтинг этого показателя упал с 84 места на 128, а по баллу увеличился всего лишь на 0,2, и в общей сложности составляет 3,8 балла. Это обуславливается низкой эффективностью экологической политики страны.

Что касается отдельных разделов, из которых состоят субиндексы, то на 2013 год, наивысшие показатели обнаружены в таких разделах как Ценовая конкурентоспособность индустрии туризма (18 место, 5.1 баллов), Культурные ресурсы (28 место, 4.1 баллов), Природные ресурсы (50 место, 4.0 балла), Безопасность и защищенность (58 место, 4.9 баллов),

Главные недостатки СРВ обнаружены в следующих разделах Экологическая устойчивость (128 место, 3.8 баллов), туристическая инфраструктура (112 место, 2.2 баллов), Приоритетность туризма (110 место, 3.6 баллов), Инфраструктура наземного транспорта (98 место, 3.0 баллов), Склонность к туризму (108 место, 4.3 баллов) [35, с. 359].

Средние показатели приходятся на такие индикаторы: Нормативно-правовая база (60 место, 4,6 баллов), Инфраструктура связи (68 место, 3.2 балла), Человеческие ресурсы (77 место, 4.8 балла), Инфраструктура воздушного транспорта (79 место, 2.8 баллов), Здоровье и гигиена (81 место, 4,5 баллов).

2.3. Особенности и проблемы туристической индустрии Вьетнама

В настоящее время Социалистическая республика Вьетнам (СРВ) определена мировыми экспертами как страна с действующей рыночной экономикой с сохранением социалистического ориентира. Именно подобная экономическая стратегия при прочих равных условиях и политической стабильности в стране сформировала благоприятные условия для развития туристической индустрии в стране.

В настоящее время Вьетнам входит в число стран с быстро растущими темпами развития индустрии туризма за последние десять лет. Доходы от туризма продолжают расти с каждым годом, и приносят немалый вклад в ВВП страны. Если в 2000 году прямой доход от индустрии туризма составлял всего лишь 2,9 млрд. долл. США, то в 2013 году этот показатель вырос в 2,5 раза и составляет 7 млрд. долл. США. Размеры ВВП экономики туризма на 2013 год составляет 14,5 млрд. долл. США, что в 2 раза превышает показателя 2000 года. Уровень развития индустрии туризма 2013 году оценивается 75,8 долл. США на одного жителя, а уровень развития экономики туризма составляет 156,8 долл. США на одного жителя.

Вьетнам, как новое туристическое направление Юго-Восточной Азии, в 2013 году впервые принял у себя 7,5 млн. туристов – рекордное количество. Резкое увеличение турпотоков наблюдается с 2010 года, ежегодный прирост достигает 15%. Соответственно денежные поступления от международного туризма увеличились до 6,6 млрд. долл. США на 2013 год, что в полтора раза больше по сравнению с 2000 г. Интенсивность международных туристических потоков составляет 8 туристов на 100 жителей. Душевые доходы от международного туризма в 2013 году составляют 71,8 долл. США на одного жителя. Прибыль от одного иностранного туриста в среднем составляют 877,5 долл. США.

Рост прямых иностранных инвестиций в туризме играют важную роль в развитии туризма. Значительное увеличение инвестиций в туризме

наблюдается с момента вступления Вьетнама в Всемирную торговую организацию (WTO). Если в 2000 году размеры инвестиций были незначительны, всего лишь 0,7 млрд. долл. США, то в 2013 году объем прямых иностранных инвестиций уже составляет 5,3 млрд. долл. США, что в 7,5 раз превышает уровень 2000 года.

На основе годовых материалов Всемирного экономического форума (ВЭФ) Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма, можно анализировать уровень развития туристической индустрии страны, а также выявить особенности и проблемы в сфере туризма.

Главным преимуществом Вьетнама является Безопасность и Ценовая конкурентоспособность индустрии туризма. Стабильный внутривластный режим в стране на протяжении многих лет является одним из главных критериев выбора туристического направления туристов. В рейтинге на 2013 год среди 140 стран мира по безопасности и защищенности Вьетнам занимает 51 место, а по ценовой конкурентоспособности индустрии туризма – 18 место. Среди стран АСЕАН Вьетнам по Ценовой конкурентоспособности индустрии туризма уступает Брунею (2 место), Малайзии (5 место) и Индонезии (9 место) [36].

Кроме того СРВ имеет преимущества в разделе Человеческие, культурные и природные ресурсы туризма. К 2013 году Вьетнам поднял свой рейтинг этого раздела с 76 места 2007 года на 43 и теперь имеет 4,3 балла из 7,0 возможных. Наличие компетентной рабочей силы оценивается в 5,2 балла (48 место в мире). Следует отметить, что на 2013 год непосредственно в туристической индустрии страны занято 1,83 млн. работников, или 3,8% рабочей силы, а в экономике туризма (т.е. с учетом косвенной занятости) – 3,9 млн. чел. (8,1% рабочей силы). Производительность труда в индустрии туризма в 2013 году составляла 3,7 тыс. долл. США на одного рабочего, в экономике туризма – 3,6 тыс. долл. США на рабочего.

Рост занятости в туризме обуславливает увеличению новых рабочих мест, а также и увеличению количества туристических предприятий. В 2012

году насчитывается 15,4 тысяч предприятий размещения (рост 24% по сравнению с 2010 годом), 26,2 тысяч предприятий общественного питания (рост 35,6% по сравнению с 2010 годом), почти 2,2 тысяч туроператоров и турагенств (рост 28% по сравнению с 2010 годом), а также увеличилось количество различных развлекательных заведений, курортных зон, спортивных клубов, выставочных залов, а также различных мероприятий способствующие улучшению имиджа страны и развитию событийного туризма в стране [35].

В общем, составляющие туристической индустрии все больше и больше расширяются, усовершенствуется туристическая инфраструктура, значительно улучшился уровень и качество обслуживания туристов. Кроме того, разнообразие туристических ресурсов является предпосылкой для развития туризма в стране, а также создания новых туристических продуктов для привлечения иностранных туристов.

Однако помимо сильных сторон в развитии туризма Вьетнама, есть и слабые стороны, и к ним относятся стихийные бедствия, загрязнение окружающей среды, нерациональное использование туристических ресурсов, антисанитария на предприятиях питания, не качественное обслуживание туристов, завышение цен на услуги в пик сезона и другие социальные проблемы.

Несмотря на то, что во Вьетнаме бурно развивается туризм, но туристическая инфраструктура, а именно транспортное обеспечение желает лучшего. Показатель Инфраструктуры наземного транспорта Вьетнама, по отчету конкурентоспособности стран мира, значительно снизился по рейтингу, если в 2007 занимает 85 место, то на 2013 год стоит на 98 месте и имеет 3,0 балла, это обуславливается слабым развитием данной сферы. Не говоря о внешнем и внутреннем состоянии поездов, общественного транспорта, главной проблемой транспортной системы во многих деловых центрах Вьетнама являются, пробки, переполнение дорог мотоциклами, автомобилями и иными транспортными средствами. Некоторые дороги

находятся в ужасающем состоянии и не имеют соответственное количество дорожных знаков и светофоров. Зачастую следует отметить низкий уровень осознанности людей по отношению дорожного движения, а именно несоблюдение дорожных правил. Хаотичное транспортное движение является одним из пугающих факторов для туриста пребывающего во Вьетнаме [36].

Туристический бизнес как профессиональная деятельность в стране еще относительно молодая, поэтому несоответствие уровня подготовки и профессионализма кадров современным требованиям в сфере туризма также является проблемой на данный момент.

С динамичными темпами развития туризма во Вьетнаме, наряду с зарегистрированными предприятиями размещения и питания, появляются все больше нелегальных предприятий, которые не регулируются государственным органом, соответственно предоставляют не качественное обслуживание туристам.

В процессе туристической деятельности неизбежно происходит изменение окружающей природной среды. При этом негативные изменения преобладают, нанося ей значительный и все возрастающий ущерб. По отчету Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма, раздел Экологическая устойчивость Вьетнама на 2007 год занимал 84 место среди 140 стран, имеет 3,6 баллов из 7 возможных, а в 2013 году по рейтингу значительно снизился, и занимает только 128 место и 3,8 балла, это обуславливается низкой эффективностью экологической политики государства [36].

Более того, одной из главнейших проблем социального характера, которая непосредственно влияет на имидж страны – низкий уровень культуры населения. Навязчивость корабейников в большей степени раздражают иностранных туристов, не говоря о том, что на них пытаются заработать, продавая вещи по завышенным ценам. Помимо этого, ликвидация карманников и мелких краж является одной из сложных задач для страны.

Причиной перечисленных проблем является дисбаланс в развитии туризма, то есть неравномерное развитие туризма по всем регионам страны.

Несмотря на всю привлекательность туристической индустрии Вьетнама, необходимо её развивать, направлять дополнительные средства из бюджета страны, проводить активную рекламу за рубежом. Также необходимы инвестиции иностранного капитала в туристическую индустрию страны. Это даст мощный толчок эффективного развитию туризма и экономики страны в целом. При правильном подходе финансирования, бережном подходе к окружающей среде, социально-экономическая и туристическая инфраструктура страны в перспективе на будущее имеет неплохой туристический потенциал.



Рис. 2.11. Количество туристов посетивших СРВ по странам [38]

Национальное управления туризма Вьетнама отмечает, что тенденция увеличения туристических потоков в СРВ наблюдается в большей степени из стран Азии, прежде всего Китая, Южной Кореи, Тайваня, Малайзии, Таиланда (Рис. 2.11). Китай удерживает первое место по количеству туристических прибытий в СРВ по причине географической близость и культурного сходства между двумя странами. По сравнению с 2011 годом в 2013 году туристический поток из Китая увеличился на 34,7% и достиг

цифры 1,9 млн. туристов. Самыми популярными местами отдыха китайских туристов являются Нячанг и Дананг [38].

В 2013 году турпоток из Южной Кореи вырос на 40% и составил 749 тыс. туристов. Также наблюдается значительное увеличение туристов из Таиланда: в 2013 году Вьетнам посетили 267 тыс. тайских туристов, что на 48% больше по сравнению с 2011 годом. В 2013 году на 45,4% увеличилось количество туристов из Малайзии (340 тыс. человек) и Тайваня на 10,5% (399 тыс. человек). Турпоток из Австралии вырос на 10,2% по сравнению с 2011 годом и составил почти 320 тыс. туристов.

Незначительное уменьшение наблюдается турпотока из стран Америки и Франции. Если в 2011 году Вьетнам посетило около 440 тыс. американских туристов, то в 2013 году этот показатель снизился на 1,6%, и составил 432 тыс. туристов. Поток туристов из Франции снизился всего лишь на 0,7% и в 2013 году насчитывается порядка 210 тыс. туристов [38].

По динамике роста турпотока туристы из России прочно удерживают первое место. В 2013 году число туристов из России увеличилось на 71,2% и составило около 300 тыс. человек.

По итоговым подсчетам Национального управления туризмом Вьетнама, в 2013 году посетило 11 тысяч туристов из Украины, что в 2 раза больше, чем в 2012 году. Наибольшей популярностью среди украинцев является курорт Нячанг, в 2013 году его посетило 8400 украинских туристов. Среднее время пребывания туристов из Украины во Вьетнаме составляет 10-14 дней.

Одной из причины замедления роста количества украинских туристов отдыхающих во Вьетнаме, является отсутствие договора между Вьетнамом и Украиной, о предоставлении безвизового режима туристам, сроком пребывания в стране не превышая 15 суток, как для России, Японии, Южной Кореи, Дании, Норвегии, Финляндии, Швеции, Таиланда, Сингапура, Малайзии, Филиппин и других стран [41].

Большая часть иностранных туристов предпочитают путешествовать в южной части Вьетнама, а именно в Нячанге, на острове Фукуок, Муйне и др.

С развитием экономики страны, увеличение доходов населения, а также повышение уровня жизни в стране, способствует развитию внутреннего и выездного туризма. Хотя внутренний туризм во Вьетнаме и представляет собой большую часть рынка, но темп роста не превышает темпа роста международного туризма.

Основным фактором привлечения и роста отечественных туристов является увеличение разнообразия предлагаемых турпродуктов и услуг, а также предоставление льготные тарифы, которые составляют 70-80% от полной стоимости тура [27].



Рис. 2.12. Динамика внутренних туристических потоков во Вьетнаме [38]

По подсчетам национального управления туризма Вьетнама, в 2003 году туруслугами воспользовались порядка 13,5 млн. местных граждан, сравнивая с показателем 2008 года, эта цифра увеличилась на 50% и впервые достигает уровня 20,5 млн. туристов. В 2013 насчитывается 35 млн.туристов, рост которого составил 7,7%, сравнительно с показателем 32,5 млн. туристов в 2012года и в 2,5 раза по сравнению с 2003 годом (Рис. 2.12).

На данный момент, для внутренних туристов, пляжный и курортный туризм остается самым привлекательным. Вьетнамцы предпочитают отдых в южных городах, такие как Нячанг, Муйне, Фан Тхиет, Фукуок, на севере –

Халонг, Катба. Что касается выездного туризма, самыми популярными странами среди вьетнамских туристов являются ряд азиатских стран, к ним относятся Таиланд, Сингапур, Гонг Конг, Камбоджа, Малайзия, Лаос и Южная Корея.

Национальное управление туризмом Вьетнама выделяет сегментацию туристов по трем основным целям: туризм и отдых; деловые поездки; к родственникам. По подсчетам на 2013 год, 61,3% туристов от общего числа внутреннего туризма воспользовались услугами туризма и отдыха, деловые поездки занимают 16,8%, чуть меньше занимают туристы, которые приехали в страну к своим родственникам – 16,6%, и 5,3% – по другим целям [38].

Южная часть страны является наиболее предпочитаемой среди туристов на протяжении многих лет, поэтому большая часть туристических потоков (52%) направлена именно в пляжный город Нячанг, Далат, Хо Ши Мин, Муйне и остров Фукуок.

26,7% иностранных туристов путешествуют по Северному Вьетнаму, в основном посещают места культурно-познавательного значения.

В Центральную часть страны приезжают 21,3% от общего числа туристических потоков, самыми посещаемыми среди туристов являются исторический город Хой Ан, Хюэ и Да Нанг [38].

Наиболее привлекательным регионом для туризма является южный регион страны. В южной части страны преобладают благоприятные климатические условия, многочисленные белоснежные пляжи, чистая морская вода, большое количество островов, а также на юге самый длительный туристический сезон. Наибольшее количество курортов с развитой туристической инфраструктурой сконцентрировано именно здесь. Самым известными среди них являются курортный город Нячанг, пляж которого считается лучшим муниципальным пляжем в стране. В том числе здесь находятся единственные в стране термальные источники Тхапба [16]. Также стоит выделить туристический променад в Муйне – полоса сплошной курортной застройки. Кроме Нячанга и Муйне, курорт Фантьет, Далат,

Вунгтау, остров Фукуок также являются популярными туристическими точками среди туристов (рис. 2.13) [15].

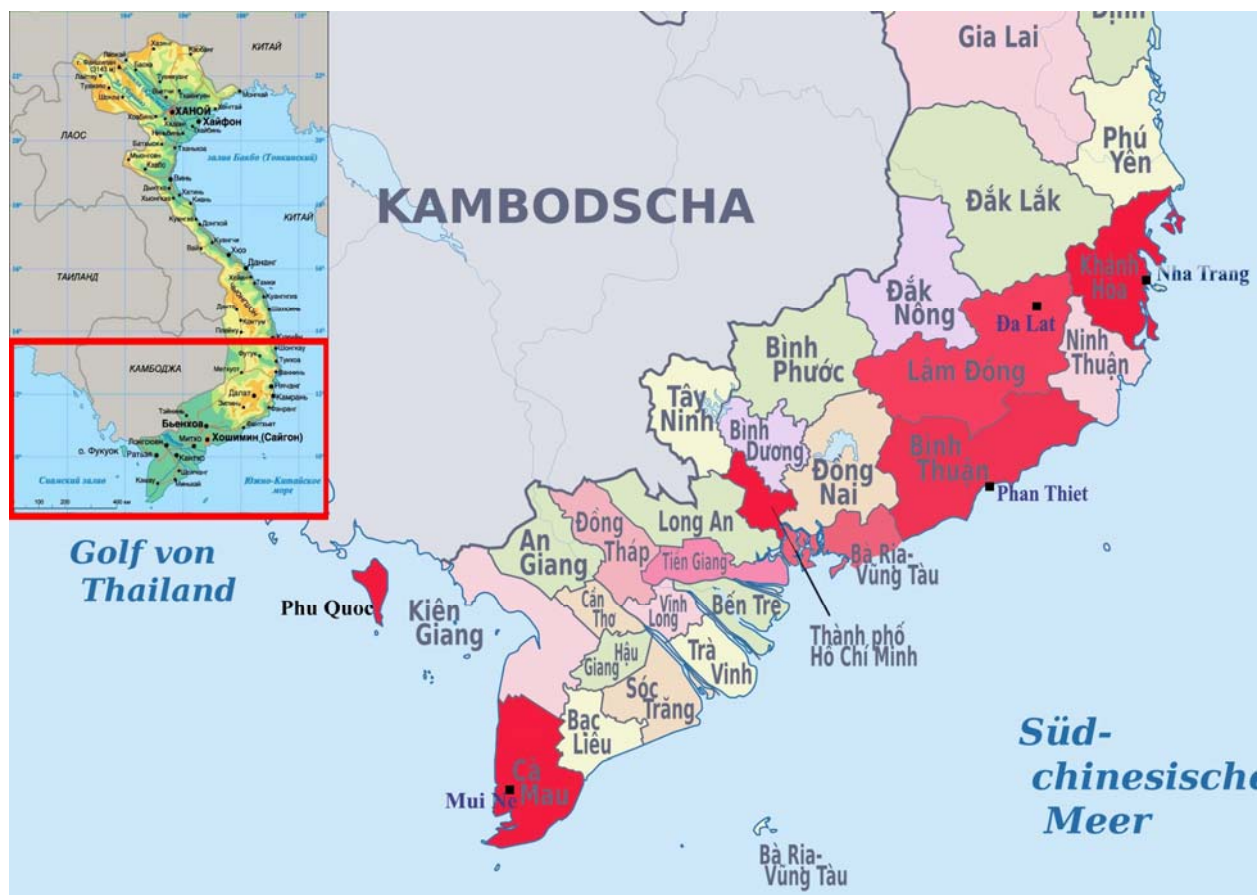


Рис. 2.13. Туристические центры в Южном Вьетнаме [48]

По сравнению с Южным регионом страны, Северная и Центральная части Вьетнама, наименее привлекательны в развитии именно пляжно-курортного туризма, причиной является прохладный климат и не столь благоприятные условия. Самым популярными курортами Северного Вьетнама являются Бухта Халонг и остров Катба. В большей степени развивается культурно-познавательный, деловой и религиозный туризм, центром которого, является город Ханой. На самом севере, в провинции Лаокай, существует горный курорт Шапа – центр этнического туризма, и является одним из популярнейших мест среди иностранных туристов. Кроме перечисленных туристических центров северной часть страны, можно выделить несколько провинций, которые также являются популярными местами, среди местных туристов – Нинь Бинь, Футхо, Ланг Шон (Рис. 2.14).

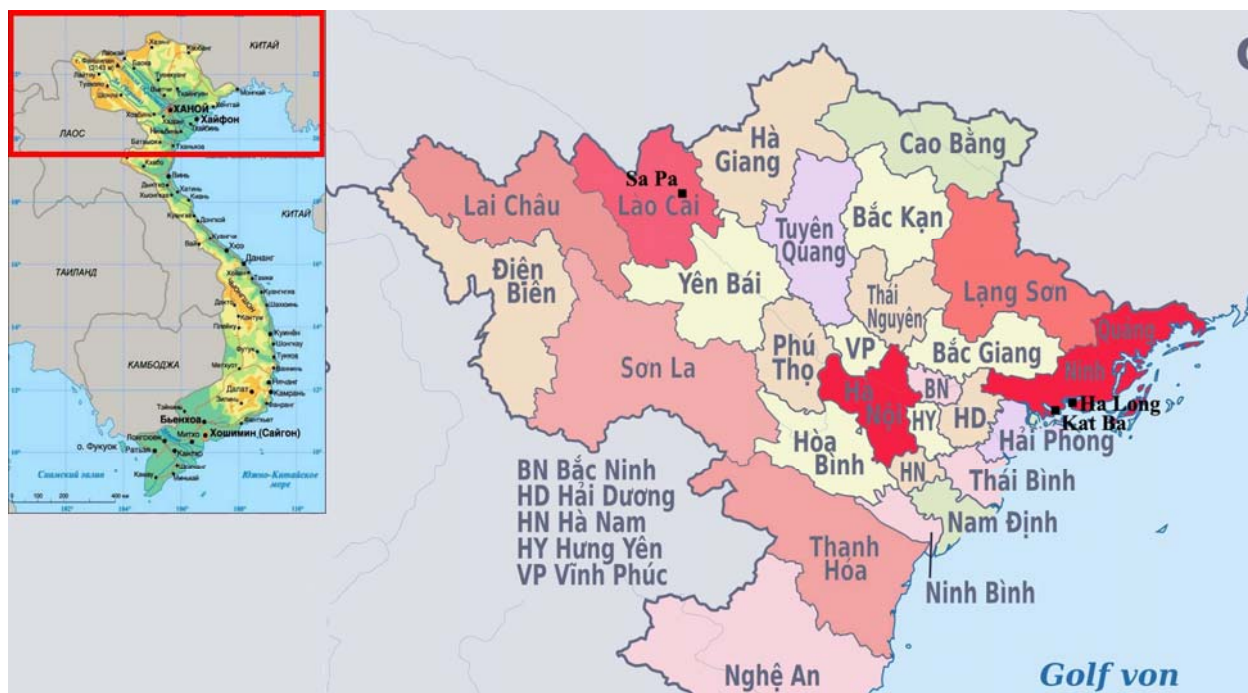


Рис. 2.14. Туристические центры в Северном Вьетнаме [48]



Рис. 2.15. Туристические центры в Центральном Вьетнаме [49]

Центральный Вьетнам известен огромным количеством культурных ценностей, отдельно выделяются культурные и исторические центры – Хюэ, Хойан (Рис. 2.15). В центральной части страны в течение всего года

сохраняется достаточно влажная, но при этом жаркая погода. Относительно новым и привлекательным туристическим центром является Дананг. Дананг – экономический центр и крупнейший портовый город в центральной части Вьетнама. Климат Дананга – тропический, с двумя выраженными дождливым и сухим периодами. Курорт лежит в самом центре страны, в живописной местности на изрезанном побережье, среди невысоких гор. Лучшие месяцы для пляжного отдыха с марта по август [16].

Распределяя занятость в туризме по регионам страны, Национальное управление туризмом Вьетнама опубликовала такие данные: на север Вьетнама приходится 34% занятых, Центральная часть – 11%, и большая часть трудящихся приходится на Южную часть страны 55% от общей занятости в туристической индустрии, именно здесь туристический бизнес развивается быстрыми темпами.

Большая часть инвестиций (47%) приходятся на развитие туризма в южных городах страны, а именно в Вунгтау, Тайнинь, Хо Ши Мин, Фан Тхьет, Муйне. На северную часть страны выделяется около 32% капитальных вложений, на центр приходится порядка 21%.

Большая часть предприятий размещения сконцентрирована на Юге страны, и составляет 45% от общего числа. На северную часть страны приходится 34%, соответственно оставшаяся часть, около 21% предприятий насчитывается в Центральном Вьетнаме [28].

РАЗДЕЛ 3. ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

Одним из важнейших элементов организации туризма есть обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов. Опасности физического и социального характера должны приниматься во внимание субъектами индустрии туризма, которым стоит минимизировать и предотвращать разнообразные риски угроз безопасности туристической деятельности. Обеспечение безопасности предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, которые гарантируют безопасность перемещения туристов по территории государства, их пребывания, сохранения здоровья, жизни и имущества [25, с. 135].

Международный опыт по разработке мер безопасности туризма исследуется и обобщается ВТО. Безопасность путешествий декларировалась в Хартии туризма.

В Гаагской декларации по туризму отмечается, что для того, чтобы нормально функционировать и развиваться, туризм нуждается в безопасности для путешественников и путешествующих, как национальных, так и международных, и для их личной собственности. Это может быть достигнуто путем:

- разработка и внедрение в жизнь норм безопасности для путешествий и туристических передвижений;
- информирование и образования общественности;
- создание институционных рамок для решения проблем, связанных с безопасностью туристов, и, в частности, в экстремальных ситуациях;
- международного сотрудничества на двустороннем, региональном, субрегиональном, межрегиональном и мировом уровнях [25, с. 135].

Безопасность туристов, их благополучие, а также поддержка высокого качества обслуживания в местах туристического назначения, нельзя рассматривать в отрыве от других общественных или национальных

интересов принимающей страны окружающей среды в целом. При разработке и проведении в жизнь нормы безопасности для сферы туризма и защиты туристов интересы тех, кто посещает и принимает должны быть взаимно гармонизированы.

Таким образом, вопрос обеспечения безопасности в туризме можно рассматривать по следующим направлениям:

- личная безопасность туристов и их имущества, обеспечение которой важнейшей задачей национального развития туризма и международного сотрудничества;

- безопасность окружающей среды в местах массового пребывания] туристов, безопасность туристических объектов;

- безопасность национальных интересов принимающих государств.

Обеспечение безопасности по всем отмеченным направлениям является важнейшим беспокойством и первоочередной задачей всех структур, привлеченных в туристическую деятельность.

Закон Украины «О туризме» в разделе VIII предоставляет гарантии безопасного пребывания туристов на территории Украины и обязывает органы власти и субъектов туристической деятельности разработать комплекс мероприятий по безопасности туристов. В частности, в статье 26 сказано: «Местные органы государственной исполнительной власти в отрасли туризма разрабатывают и организуют выполнение региональных программ обеспечения защиты и безопасности туристов, особенно в местах туристической активности [1, с. 18].

Субъекты туристической деятельности разрабатывают конкретные мероприятия относительно обеспечения безопасности туристов, экскурсантов, которые принимают участие в туристических путешествиях, походах, соревнованиях, предотвращение травматизма и несчастных случаев и несут ответственность за их выполнение».

В Украине действует межгосударственный стандарт (ГОСТ 28681.1-95) Туристическое «экскурсионное обслуживание», который предусматривает

порядок проектирования туристических услуг, включая рассмотрение возможных рисков, которые могут вызывать негативные последствия и повлечь вред здоровью туриста и его имуществу [2, с. 19].

По закону Украины «О туризме» с целью обеспечения безопасности туристов субъекты туристической деятельности обязаны осуществлять:

- подготовку безопасных условий для пребывания туристов, обустройства трасс походов, прогулок, экскурсий, мест проведения соревнований, обеспечения туристов исправным снаряжением и инвентарем;
- учеба туристов средствам профилактики и защиты от травм и несчастных случаев, инструктаж из предоставления первой медицинской помощи, а также информирования, об источниках опасности, которые могут быть предопределены характером маршрута и поведением самих туристов;
- контроль за подготовкой туристов к путешествиям, походам, соревнованиям, другим туристическим мероприятиям;
- предоставление оперативной помощи туристам, которые испытывают беды, транспортировки потерпевших;
- разработку и реализацию специальных требований безопасности во время организации и проведения походов из автомобильного, горного, лыжного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пешеходного туризма и спелеотуризма [1, с. 7].

Основные угрозы развития туризма. Социологические опросы, проведенные Немецким Институтом Изучения Свободного Времени в государствах Европейского Союза, показали, что больше всего путешествующих волнуют следующие проблемы:

Война, беспокойство, политическая нестабильность (74%). Этот фактор больше всего сдерживает туристов от осуществления заграничных поездок к той или другой стране. Практика показывает, что влияние этого фактора является намного весомее и касается всех, не только государства, в котором наблюдается политическое беспокойство, но и те, которые граничат с ней. Примером этого может быть Ближний Восток, где на относительных

небольшой территории сконцентрированы достаточно привлекательные места для отдыха. Но динамика развития туризма в этом регионе испытывает резкие колебания. Через военные действия в Ливане в середине 80-х годов наблюдался резкий спад потока туристов и доходов от него в целом по региону. В 1986 году Ближний Восток посетило на 17,6% иностранных туристов меньше, чем в 1985 году, а доходы за аналогичный период сократились на 16,5%. После начала военных действий в районе Персидского залива в 1991 году этот регион посетило на 6,62% иностранных туристов меньше, чем в 1990 году, а поступления от туризма в 1991 году уменьшились на 14,4% по сравнению с предыдущим годом [24, с. 24].

Все попытки правительств государств данного региона увеличить количество путешествующих к своим странам перечеркиваются одним сообщением о росте напряженности в регионе. От этого страдают не только государственные бюджеты, которые недосчитываются значительных валютных поступлений, но и отдельные предприятия, которые несут большие убытки во время уменьшения потока туристов.

Экологические проблемы (57%). Этот фактор является характерным, прежде всего, для Украины, в связи с аварией на Чернобыльской АЭС в 1986 г. Институтом Изучения Свободного Времени отмечено, что в 1985 году экологические проблемы волновали лишь 30% потенциальных туристов (на конец 90-х – уже 57%). Здесь дает о себе знать негативное влияние аварии на ЧАЭС. Количество иностранных туристов, которые посетили Киев в 1986 году, снизились более чем в 5 раз по сравнению с 1985 годом, и только недавно их число начало постепенно расти. Негативный эффект экологического фактора усиливается еще и тем, что он носит долгосрочный характер, ведь изменение сознания общества происходит намного медленнее, чем ликвидация последствий экологической катастрофы.

Болезни и эпидемии (55%). Влияние этого фактора является особенно значимым для африканского континента. На сегодняшний день объемы туризма в этом регионе не превышают 2% от мирового уровня, при этом его

основная часть приходится на страны Северной и Южной Африки. Туризм в центральной ее части практически не развитой, хотя, по мнению специалистов, для этого есть неплохие возможности, в частности для развития экологического и экзотичного видов туризма, которые в последнее время приобретают все большую популярность. Факторами, которые тормозят развитие туризма в Центральной Африке, с неизученность данного региона и многочисленные болезни и эпидемии, которые постоянно загораются здесь. Одним из средств борьбы с ними может стать обязательная вакцинация всех туристов, которые следуют к этому региону, что, кстати, уже проводится в большинстве развитых стран при организации путешествий в районы со сложной эпидемиологической ситуацией. Однако возникновение новых источников эпидемий, выявления новых вирусов, та неизученность предыдущих еще долго будут отворачивать туристов от идеи посещения этого региона [20, с. 31-34].

Естественные катаклизмы и катастрофы (49%). Сложность влияния этого фактора заключается в том, что природные катастрофы могут происходить практически в любом регионе, а предусмотреть и, тем более, предупредить их практически невозможно. Разрушительное действие природных катастроф направлено, прежде всего, на существующую туристическую и транспортную инфраструктуру. И хотя от проявления форс-мажорных обстоятельств такого рода никто не застрахован, их возникновение может привести к откладыванию туристом поездки в этот регион на неопределенное время или даже к ее склонению. В этом случае, как и при экологических катастрофах, большое значение приобретает психологический аспект, который сдерживает туриста от поездки к регионам, которые потерпели от стихийного бедствия, даже после ликвидации последствий природных катастроф. Наиболее характерными эти факторы являются для регионов с повышенной сейсмической активностью. В частности, в результате землетрясений в Японии и Калифорнии (США) регионы, которые пострадали, недосчитались до 50% туристов как в период

ликвидации последствий землетрясений, так и в первые несколько месяцев после ликвидационного периода.

Преступность (44%). В последнее время этот фактор приобретает все большее значение. Имеются в виду не только одиночные случаи нападения, ограбления или даже убийства туристов, но и спланированы террористические акты. Примером здесь может быть случай, который случился в конце 1997 года в Египте, когда группа европейских (в основном немецких) туристов, которые путешествовали вдоль берегов Нила, была расстреляна исламскими фундаменталистами. Из-за этого в 1998 году Египет потерял 25-30% иностранных туристов от запланированного количества. Резко уменьшились количество туристов в США после террористических актов 11 сентября 2001 года и др..

Закон Украины «О туризме» в разделе VIII предоставляет гарантии безопасного пребывания туристов на территории Украины и обязывает органы власти и субъектов туристической деятельности разработать комплекс мероприятий по безопасности туристов. В частности, в статье 26 сказано: «Местные органы государственной исполнительной власти в отрасли туризма разрабатывают и организуют выполнение региональных программ обеспечения защиты и безопасности туристов, особенно в местах туристической активности.

Субъекты туристической деятельности разрабатывают конкретные мероприятия относительно обеспечения безопасности туристов, экскурсантов, которые принимают участие в туристических путешествиях, походах, соревнованиях, предотвращение травматизма и несчастных случаев и несут ответственность за их выполнение». В Украине действует межгосударственный стандарт (ГОСТ 28681.1-95) Туристическое «экскурсионное обслуживание», который предусматривает порядок проектирования туристических услуг, включая рассмотрение возможных рисков, которые могут вызывать негативные последствия и повлечь вред здоровью туриста и его имуществу.

По закону Украины «О туризме» с целью обеспечения безопасности туристов субъекты туристической деятельности обязаны осуществлять следующее:

- подготовку безопасных условий для пребывания туристов, обустройства трасс походов, прогулок, экскурсий, мест проведения соревнований, обеспечения туристов исправным снаряжением и инвентарем;
- учеба туристов средствам профилактики и защиты от травм и несчастных случаев, инструктаж из предоставления первой медицинской помощи, а также информирования, об источниках опасности, которые могут быть предопределены характером маршрута и поведением самих туристов;
- контроль за подготовкой туристов к путешествиям, походам, соревнованиям, другим туристическим мероприятиям;
- предоставление оперативной помощи туристам, которые испытывают беды, транспортирования потерпевших;
- разработку и реализацию специальных требований безопасности во время организации и проведения походов из автомобильного, горного, лыжного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пешеходного туризма и спелеотуризма [1, с. 16-17].

Наиболее распространенным несчастным случаем среди туристов является травматизм. Риск получения травмы может возникнуть в разнообразных условиях, но наибольшая достоверность события возникает при перемещении механизмов, предметов и непосредственно туристов, со сложным рельефом местности, при сдвигах, восхождении лавин и других атмосферных и естественных явлений. Важным в предотвращении травматизма является исправное туристическое и спортивное снаряжение, одел, обувь и тому подобное.

С целью предотвращения травматизма используются защитное обустройство, ограждения туристических тропинок и маршрутов, защитное оборудование канатных дорог, горнолыжных трасс, подъемников, индивидуальные страховые бечевки, шлемы и тому подобное. Один из

опасных этапов путешествия – этап перевозки (проезд к месту отдыха и обратный проезд, транспортировка, во время путешествия и другие). Поскольку транспортные средства являются источниками повышенной опасности, вопроса безопасности туристов, должны быть центральными во всех вариантах перевозок [24, с. 32].

Значительное влияние на жизнь и здоровье туриста имеет окружающую среду. Основными факторами влияния окружающей среды является высокая или низкая температура воздуха, влажность и подвижная воздушных масс, осадки, перепады давления, недостаточность кислорода и др.

При проектировании тура необходимо принимать во внимание выбор благоприятного времени года, вечернего или дневного времени, рационально избрать трассу туристического маршрута, учесть погодные условия, обеспечения соответствующей экипировки, средств индивидуальной защиты, полное и своевременное информирования туристов, о возможной опасности и тому подобное.

С целью осуществления практической работы по обеспечению безопасности туристов, предоставлению им помощи и защиты, в экстремальных ситуациях, туристические предприятия, которые специализируются на организации туристических путешествий с использованием активных форм передвижения туристов, создают поисково-спасательные службы или заключают соглашения на обслуживание с соответствующими службами.

Поисково-спасательная служба должна иметь полное взаимодействие с органами здравоохранения, связи, внутренних дел, гражданской авиации, лесного и водного хозяйства, гидрометеорологической службы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам данного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Туристическая индустрия представляет собой совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивающие производство, распределение, обмен и потребление туристического продукта. Становление и развитие туризма как отрасли характеризуется системой определенных показателей. Показатели развития отрасли туризма отражают количественный объем реализации туристических услуг и их качественную сторону, а также экономические показатели производственно-обслуживающей деятельности туристических хозяйствующих субъектов. Система показателей развития туризма включает показатели, характеризующие: объем туристического потока, состояние и развитие материально-технической базы туризма, финансово-экономическая деятельность в сфере туризма, инвестиции в туризме, развитие международного туризма, уровень занятости в туризме, мультипликаторы в туризме и другие показатели.

2. Вьетнам имеет хороший туристический потенциал и инфраструктуру. Страна богата своими природными и культурно-историческими объектами и достопримечательностями. Кроме того, Вьетнам обладает огромным количеством прекрасных пляжей и курортов, водных объектов, множеством островов и архипелагов, расположенных в области тропического климата. Туристическая инфраструктура довольно развитая: огромное количество отелей разного уровня комфортности, рестораны, бары, различные достопримечательности, активные виды водного спорта способствуют удовлетворению потребностям туристов.

3. Главные особенности развития туристической индустрии туризма Вьетнама выявлены в экономических показателях, а именно:

- быстрые темпы роста доходов от туризма;

В 2013 году прямой доход от индустрии туризма составил почти 7 млрд. долл. США, что в 2,5 раза превышает уровня 2000 года. Уровень развития индустрии туризма 2013 году оценивается 75,8 долл. США на одного жителя. Размеры ВВП экономики туризма также в 2 раза превышает показателя 2000 года и на 2013 год составляет 14,5 млрд. долл. США. Уровень развития экономики туризма составляет 156,8 долл. США на одного жителя.

- динамический рост международных прибытий;

В 2013 году Вьетнам впервые принял у себя 7,5 млн. туристов – рекордное количество за весь период с 2000 года. Динамическое увеличение турпотоков наблюдается с 2010 года, средний ежегодный прирост составляет 15%. Интенсивность международных туристических потоков составляет 8 туристов на 100 жителей.

- увеличение денежных поступлений от международного туризма;

Денежные поступления от международного туризма оцениваются в размере 6,6 млрд. долл. США на 2013 год, что в полтора раза больше по сравнению с показателем 2000 года. Прибыль от одного иностранного туриста в среднем составляют 877,5 долл. США. Душевые доходы от международного туризма в 2013 году составляют 71,8 долл. США на одного жителя.

- рост инвестиций в туризме;

Значительное увеличение инвестиций в туризме наблюдается с момента вступления Вьетнама в Всемирную торговую организацию (WTO). Если в 2000 году размеры инвестиций были не значительны, всего лишь 0,7 млрд. долл. США, то в 2013 году объем прямых иностранных инвестиций уже составляет 5,3 млрд. долл. США, что в 7,5 раз превышает уровня 2000 года.

- увеличение потоков внутреннего туризма;

С развитием экономики страны, увеличение доходов населения, а также повышение уровня жизни, способствует развитию внутреннего и выездного туризма. По подсчетам национального управления туризма Вьетнама, в 2003 году туристическими услугами воспользовались порядка 13,5 млн. местных

граждан, сравнивая с показателем 2008 года, эта цифра увеличилась на 50% и впервые достигает уровня 20,5 млн. туристов. В 2013 насчитывается 35 млн. туристов, что в 2,5 раза больше числа 2003 года.

- увеличение занятости в экономике и индустрии туризма;

На 2013 год непосредственно в туристической индустрии страны занято 1,83 млн. работников (3,8% рабочей силы), а в экономике туризма (с учетом косвенной занятости) – 3,9 млн. чел. (8,1% рабочей силы). По сравнению с 2003 годом, заметный рост занятости в экономике туризма (+55,6%) и индустрии туризма (45%) зафиксирован в 2006 году. Средний прирост в индустрии туризма за период времени 2010-2013гг. составляет 4% ежегодно, а в экономике туризма 2%. Производительность в индустрии туризма на 2013 год составляет 3,7 тыс. долл. США на одного рабочего, производительность экономики туризма составляет 3,6 тыс. долл. США на рабочего.

- быстрые темпы роста предприятий туристической индустрии.

По подсчетам Национального управления туризма, на 2013 год во Вьетнаме числится почти 2,2 тысячи предприятий туроператоров и турагенств, из них более 1,2 предприятия специализируются на организации международных туров и поездок. Кроме того увеличилось количество ресторанов и общественных предприятий питания, если в 2005 году их насчитывалось всего лишь 5,8 тысяч, то в 2012 году этот число увеличилось в 4,5 раза и уже насчитывается 26,8 тысяч предприятий. Кроме того, за период 2002-2012 гг. наблюдается интенсивное увеличение количества предприятий размещения. Если на 2000 год насчитывалось всего лишь 3,3 тысячи предприятий, то на 2012 год, это число увеличилось почти в 5 раз и достигло цифры 15,4 тысяч, общий номерной фонд составляет 277,7 тысячи номеров. Общая окупаемость номеров составляет около 60% ежегодно.

4. Вьетнам по Индексу глобальной конкурентоспособности туризма, в 2013 году занимает 80 место среди 140 представленных стран, имеет 4,0 балла из 7,0 возможных. По сравнению с 2007 годом, Вьетнам значительно

улучшил свою позицию, так как в 2007 году страна занимала 87 место по рейтингу и имела 3,8 баллов.

Что касается отдельных разделов, из которых состоят субиндексы, то на 2013 год, наивысшие показатели обнаружены в таких разделах как Ценовая конкурентоспособность индустрии туризма (18 место, 5.1 баллов), Культурные ресурсы (28 место, 4.1 баллов), Природные ресурсы (50 место, 4.0 балла), Безопасность и защищенность (58 место, 4.9 баллов),

Главные недостатки индикаторов конкурентоспособности СРВ в 2013 году обнаружены в разделе Экологическая устойчивость (128 место, 3.8 баллов), туристическая инфраструктура (112 место, 2.2 баллов), Приоритетность туризма (110 место, 3.6 баллов), Инфраструктура наземного транспорта (98 место, 3.0 баллов), Склонность к туризму (108 место, 4.3 баллов).

Средние показатели приходятся на такие индикаторы: Нормативно-правовая база (60 место, 4,6 баллов), Инфраструктура связи (68 место, 3.2 балла), Человеческие ресурсы (77 место, 4.8 балла), Инфраструктура воздушного транспорта (79 место, 2.8 баллов), Здоровье и гигиена (81 место, 4,5 баллов).

5. Вьетнам как новое туристическое направление Юго-Восточной Азии имеет ряд преимуществ развития туризма в стране, к ним относятся наличие природных, культурных и человеческих ресурсов, большое количество курортов и развитая туристическая инфраструктура, стабильная политическая ситуация в стране на протяжении долгих лет, а также ценовая конкурентоспособность.

6. Помимо преимуществ в развитии туризма во Вьетнаме, стоит выделить следующие недостатки: плохое состояние транспортной системы, низкий уровень социального развития, стихийные бедствия, загрязнение окружающей среды, нерациональное использование туристических ресурсов, антисанитария на предприятиях питания, недостаток квалифицированных трудовых ресурсов в сфере туризма, завышение цен на услуги в пик сезона и

другие социальные проблемы. Туристическая политика, социально-экономическая инфраструктура и другие объекты, которые играют непосредственную роль в развитии туристической индустрии Вьетнама, нуждаются в тщательном улучшении, создавая необходимые условия для эффективного развития туризма как отрасли экономики.

7. Вьетнам на сегодня является перспективной страной для развития туризма. Учитывая привлекательность Вьетнама, необходимо развивать, туристическую индустрию, направлять дополнительные средства из бюджета страны, проводить активную рекламу за рубежом. Но также необходимы инвестиции иностранного капитала в туристическую индустрию страны. Это даст мощный толчок развитию туризма и экономики страны в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон України про внесення змін до Закону України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
2. Закон України «Про охорону праці. – К., 2002. – 46 с.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
4. Балабанов И.Т. Внешнеэкономические связи: Учеб. пособие. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000.— 512 с.
5. Безруков Ю.Ф. Рекреационные ресурсы и курортология: учеб. пособие. / Безруков Ю.Ф. – С.: Симферопольский университет, 1998. – 115 с.
6. Вишневська О.О. Туристичне країнознавство: підруч. для студ. ВНЗ / О.О. Вишневська, А.Ю. Парфіненко, В.І. Сідоров – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 756 с.
7. Гуляев В.Г. Мультипликативные эффект в туризме / В.Г. Гуляев // Текст научной статьи по специальности «Экономика и экономические науки». – 2011. – №3(3). – С. 59.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: підручник. / Л.П. Дядечко – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
9. Карыбаева А.С. Классификация социально-экономических факторов, оказывающих влияние на развитие туризма: Материалы межвузовской научной конференции. – Каракол: Иссык-Кульский юридический институт КГЮА, 2002. – С. 1-2.
10. Карпова Г.А. Экономика и управление туристической деятельностью: учебное пособие. / Г.А Карпова, Л.В. Хорева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 268 с.
11. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
12. Красильникова И. Н. Оценка рекреационно-ресурсного потенциала в регионе в целях развития туризма / И.Н. Красильникова. – 2006. – №1. – С. 90.
13. Кусков А.С. Рекреационная география: учеб. пособие. / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. – М.: МПСИ, Флинта, 2005. – 496 с.
14. Прохоров А.М. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. – 4-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1989. – 1632 с.

15. Мальская М. П. Основы туристического бизнеса: учеб. пособие. / М.П. Мальская. – М.: Изд. центр ЛНУ им. Ивана Франко, 2003. – 360 с.
16. Мишукова Д.Д. Тропический рай Фантхиета и Муйне / Д.Д. Мишукова // Пегас. – 2011. – №34. – С. 52-55.
17. Мишукова Д.Д. Солнечная сказка Нячанга / Д.Д. Мишукова // Пегас. – 2011. – №35. – С. 54-59.
18. Наумова С.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб.пособие. / С.А. Наумова – Т.: ТПУ, 2003. – 127 с.
19. Николаенко Д.В. Рекреационная география: учеб. пособие для вузов. / Д. В. Николаенко. – М.: Владос, 2003. – 288 с.
20. Румянцев А.М., Яковенко Е.Г., Янаев СИ. Инструментарий экономической науки и практики. – М.: Знание, 1985. – 301 с.
21. Сорокина О.Н. Зарубежный опыт оценки мультипликативного эффекта развития туризма // Материалы межвузовской научной конференции – В.: Российский государственный университет туризма и сервиса.
22. Папурухин А.П. Маркетинг территорий: Учеб. Пособие. / А.П. Папурихин. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
23. Преображенский В.С. Теоретические основы рекреационной географии: учеб.пособие. / – М.: Наука, 1975. – 224 с.
24. Филипенко А.С. Экономика зарубежных стран: Учебник. / А.С. Филипенко, В.А. Вергун, И.В. Бураковский – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1998.
25. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: підручник. / Н.В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
26. Шанаурина Ю.В. Правовое обеспечение социально-культурного сервиса и туризма: учебное пособие. / Ю.В. Шанаурина. – 2-ое изд. – М.: ФЛИНТА, 2003. – 239 с.
27. Hồng V. Đường vào nghề du lịch / Hồng Vân – HCM: Nxb trẻ, 2011. – 280tr.
28. Nguyễn Văn Đ. Giáo trình công nghệ phục vụ trong khách sạn – nhà hàng / Nguyễn Văn Đính, Hoàng Nhị Lan Hương – Hà Nội: ĐHKQTĐ, 2007. – 206 tr.

29. Nguyễn Văn M., Giáo trình quản trị kinh doanh lữ hành / Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương – Hà Nội: ĐHKQTĐ, 2009 – 515 tr.
30. Phạm Hồng L. Tài nguyên du lịch Việt Nam / Phạm Hồng Long – Hà Nội: Nxb Giáo Dục, 2008. – 400 tr.
31. World Heritage Centre [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://whc.unesco.org/en/list>.
32. UNWTO World Tourism Highligh [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2013>.
33. World Economic Forum [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weforum.org/>
34. The Travel & Tourism Economic Impact 2013 Vietnam / World economic forum. – London, United Kingdom 2013. – 23 p.
35. World Travel & Tourism Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wttc.org/>
36. The Travel & Tourism competitiveness report 2013 / World economic forum. Geneva, Switzerland. – 482 p.
37. The World Fact Book 2012 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cia.gov>
38. VNAT Национальное управление туризма Вьетнама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vietnamtourism.gov.vn/>
39. Институт исследований и организации туризма Вьетнама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itdr.org.vn/>
40. Информационный сайт правительства Вьетнама Cổng thông tin chính phủ VN [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chinhphu.vn/>
41. Таможенный информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xuatnhapcanh.com.vn/>
42. General statistic office Tổng cục thống kê Việt Nam (Главное статистическое управление СРВ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gso.gov.vn/>
43. Федерации профсоюзов Вьетнама Tổng liên đoàn lao động Việt Nam <http://www.congdoanvn.org.vn/>
44. Информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vnexpress.net/>

45. Национальное управление экологии и окружающей среды Вьетнама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vea.gov.vn>
46. Портал внешнеэкономической информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru/exportcountries/vn/>
47. Ministry of health portal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moh.gov.vn/>
48. Ministry of transport Bộ giao thông vận tải [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mt.gov.vn/eDefault.aspx?tabid=8>
49. Вьетнам на карте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.map-vietnam.ru/>
50. Информационный сайт по странам мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://umeda.ru/>
51. Электронный туристический журнал по туризму Вьетнама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vntravellive.com/>
52. The voice of Vietnam [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vovworld.vn/>
53. Pew Research Center [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pewresearch.org/>
54. Экономический анализ стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.profishop.lv/rus/ekoan/azija/5131/>
55. Социальная сеть предпринимателей Вьетнама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://esn.vn/>
56. Свободная википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wikipedia.org>
57. Новости туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourweek.ru/countries/vietnam/>

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А.1**Природные объекты ЮНЕСКО Вьетнама**

Рис. А.1.1. Бухта Халонг



Рис. А.1.2. Национальный парк Фонгня-Кебанг

Историко-архитектурные объекты ЮНЕСКО Вьетнама

Рис. А.2.1. Комплекс памятников Хюэ



Рис. А.2.2. Исторический город Хойан



Рис. А.2.3. Святилище Мишон



Рис. А.2.4. Императорская цитадель Тханглонг – Ханой



Рис. А.2.5. Цитадель династии Хо.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Экономические показатели СРВ

Таблица Б.1

Название показателя	Всего		На душу населения	
	Единица измерения	Валовая величина (всего в стране)	Количество	Единица измерения
Численность населения	тыс. чел.	92,5	-	-
Темп прироста населения	%	1	-	-
Валовой внутренний продукт по паритету покупательной способности	млрд. \$	358.9	3880	\$ на душу населения
Валовой внутренний продукт по официальному обменному курсу	млрд. \$	170	1837.8	\$ на душу населения
сельское хозяйство	млрд. \$	32,81 (19.3%)	354.7	\$ на душу населения
промышленность	млрд. \$	65,45 (38,5%)	707.6	\$ на душу населения
услуги	млрд. \$	71,74 (42.2%)	775.6	\$ на душу населения
Рабочая сила	млн. чел.	52.93	57.2	чел. на 100 жителей
В сельском хозяйстве	млн. чел.	25,406 (48%)	27.5	чел. на 100 жителей
В промышленности	млн. чел.	11,115 (21%)	12	чел. на 100 жителей
В сфере услуг	млн. чел.	16,408 (31%)	17.7	чел. на 100 жителей
Производительность труда – средняя	\$ на работника	3211,8	-	-
В сельском хозяйстве	\$ на работника	1276.5	-	-
В промышленности	\$ на работника	5888.4	-	-
В сфере услуг	\$ на работника	2571.9	-	-
Уровень безработицы	%	1.3	-	-
Государственный долг	% от ВВП	48.2		дол./жит.
Рост инфляции (розничные цены)	%	6.04	-	-
Платежный баланс	млрд. \$	8,162	88.3	дол./жит.
Экспорт	млрд. \$	128.9	1393.5	дол./жит.
Импорт	млрд. \$	121.4	1312.4	дол./жит.
Запасы иностранной валюты и золота	млрд. \$	32.49	351.2	дол./жит.
Внешний долг	млрд. \$	68.38	739.2	дол./жит.
Обменный курс	донг за доллар США	21,118	X	X

Литература: [36]

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Индексы конкурентоспособности Вьетнама

Индексы конкурентоспособности Вьетнама	2007 год		2013 год	
	Место	Балл (1-7)	Место	Балл (1-7)
Индекс глобальной конкурентоспособности туризма	87	3.8	80	4.0
А. Законодательная база туризма	84	3.9	88	4.3
1. Политические нормы и правила	104	3.7	60	4.6
2. Экологическая устойчивость	84	3.6	128	3.8
3. Безопасность и защищенность	51	4.8	58	4.9
4. Здоровье и гигиена	94	4.0	81	4.5
5. Приоритетность туризма	76	3.6	110	3.6
Б. Условия бизнеса и инфраструктура туризма	95	2.8	94	3,3
6. Инфраструктура авиатранспорта	90	2.5	79	2.8
7. Инфраструктура наземного транспорта	85	2.9	98	3.0
8. Туристическая инфраструктура	121	1.1	112	2.2
9. Инфраструктура связи	88	2.1	68	3.2
10. Ценовая конкурентоспособность индустрии туризма	10	5.5	18	5.1
В. Человеческие, культурные и природные ресурсы туризма	76	4.6	43	4.3
11. Человеческие ресурсы	81	4.9	77	4.8
Образование и обучение	82	4.3	90	4.4
Наличие компетентной рабочей силы	52	4.5	48	5.2
12. Склонность к туризму	87	4.6	108	4.3
13. Природные ресурсы	51	5.1	50	4.0
14. Культурные ресурсы	84	3.8	28	4.1

Литература: [35]