ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(СПбГУ)

Институт наук о Земле

Основная образовательная программа высшего образования магистратуры

«Менеджмент туристских дестинаций»

по направлению 43.04.02 «Туризм»

Магистерская диссертация

**«РАЗВИТИЕ ГОРОДА ДАНАНГ (ВЬЕТНАМ) КАК ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ»**

Выполнила студентка гр. 21.М10-нз

Чан Хоанг Уен Тхао.

Научный руководитель:

к.г.н., старший преподаватель  
Каледин Владимир Николаевич.

Рецензент:

к.э.н, генеральный директор ассоциации туризма города Дананг

Као Чи Зунг

Санкт-Петербург

2023

**Оглавление**

[АННОТАЦИЯ 4](#_Toc135598713)

[ВВЕДЕНИЕ 6](#_Toc135598714)

[Глава 1: Теоретические аспекты исследования развития туристской дестинации 9](#_Toc135598715)

[1.1 Туристская дестинация и ее составляющие 9](#_Toc135598716)

[1.1.1 Понятие туристской дестинации 9](#_Toc135598717)

[1.1.2 Элементы, составляющие туристскую дестинацию 12](#_Toc135598718)

[1.2 Развитие туристской дестинации в направлении устойчивого развития 16](#_Toc135598719)

[1.3 Исследования, помогающие оценить качество дестинации 21](#_Toc135598720)

[Глава 2: Потенциал развития туризма в городе Дананг в контексте устойчивого развития туризма во Вьетнаме 26](#_Toc135598721)

[2.1 Исследование текущего состояния развития туризма в городе Дананг 26](#_Toc135598722)

[2.1.1 Обзор туристских ресурсов в городе Дананг 26](#_Toc135598723)

[2.1.2 Ситуация с развитием туризма в Дананге до и после коронавирусной инфекции COVID-19 32](#_Toc135598724)

[2.2 Анализ политики и программ развития туризма города, разработанных центральными и местными органами власти 40](#_Toc135598725)

[2.3 Разработка набора критериев для оценки развития города Дананг как туристской дестинации 50](#_Toc135598726)

[2.3.1 Разработка набора критериев с помощью метода интервьюирования экспертов 50](#_Toc135598727)

[2.3.2 Разработка анкеты и методы оценки ее надежности 57](#_Toc135598728)

[Глава 3 Предлагаемые направления устойчивного развития города Дананг как туристской дестинации 68](#_Toc135598729)

[3.1 Оценка туристами, местными жителями и экспертами достижения критериев устойчивого развития Дананга как туристской дестинации 68](#_Toc135598730)

[3.1.1 Результаты оценки анкеты с помощью коэффициента альфа Кронбаха 68](#_Toc135598731)

[3.1.2 Анализ перспектив развития туризма в городе Дананг по результатам опроса 71](#_Toc135598732)

[3.2 Аспекты для предложения мер по устойчивому развитию туристской дестинации Дананг 81](#_Toc135598733)

[3.2.1 Аспекты устойчивого управления 82](#_Toc135598734)

[3.2.2 Социально-экономические аспекты 84](#_Toc135598735)

[3.2.3 Культурные аспекты 87](#_Toc135598736)

[3.2.4 Экологические аспекты 89](#_Toc135598737)

[3.3 Развитие духовного туризма как уникального туристского продукта в Дананге в целях поддержки устойчивого развития туризма 93](#_Toc135598738)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 105](#_Toc135598739)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 108](#_Toc135598740)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 1 115](#_Toc135598741)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 2 117](#_Toc135598742)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 3 121](#_Toc135598743)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 4 123](#_Toc135598744)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 5 125](#_Toc135598745)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 6 127](#_Toc135598746)

# **АННОТАЦИЯ**

Расположенный во Вьетнаме город Дананг, становится все более привлекательной дестинацией для туристов, приезжающих со всего мира. В последние годы туристская индустрия Дананга быстро развивается. Однако, вместе с ростом туризма неизбежно возникают и проблемы, связанные с устойчивым развитием. В данной работе исследованы факторы, способствующие развитию Дананга в качестве туристской дестинации, включая его географическое положение, природные и культурные достопримечательности и инфраструктуру. На основе международных и отечественных методов, разработан набор критериев для оценки достижения устойчивого развития туристской дестинации до настоящего времени. Были составлены и проведены опросы среди трех групп респондентов: экспертов, туристов и местных жителей. Целью опросов было получить всестороннее представление о качестве туристских направлений и их соответствия требованиям устойчивости с точки зрения разных аудиторий. В ходе анализа результатов полученных данных, пришел к выводу, что туризм в городе Дананг развивается в направлении устойчивости, однако данный признак не отличается высоким уровнем. В работе  проанализированы проблемы устойчивого развития в контексте четырех аспектов: устойчивое управление, социально-экономическая устойчивость, культурная и экологическая устойчивость и даны рекомендации по их устранению с целью развития Дананга как устойчивой туристской дестинации.

**Ключевые слова:** город Дананг, Вьетнам, туристская дестинация,  устойчивое развитие, устойчивое развитие туризма, критерии для дестинаций, устойчивое управление, социально-экономическая устойчивость, культурная устойчивость, экологическая устойчивость.

**ABSTRACT**

Located in Vietnam, Da Nang city is becoming an increasingly attractive destination for tourists coming from all over the world. In recent years, Da Nang's tourism industry has developed rapidly. However, along with the growth of tourism, problems associated with sustainable development inevitably arise. This paper criticizes the factors contributing to the development of Da Nang as a tourist destination, including its geographical location, natural and cultural attractions and infrastructure. Based on international and domestic methods, a set of criteria has been developed to assess the achievement of sustainable development of a tourist destination to date. Surveys were compiled and conducted among three groups of respondents: experts, tourists and local residents. The purpose of the surveys was to gain a comprehensive picture of the quality of destinations and their sustainability compliance from the viewpoints of different groups of people. In the course of analyzing the results of the data obtained, I came to the conclusion that tourism in Da Nang is developing in the direction of sustainability, but this feature is not greatly high. The paper takes into consideration the problems of sustainable development in the context of four aspects: sustainable management, socio-economic sustainability, cultural and environmental sustainability and makes recommendations for their elimination in order to develop Da Nang as a sustainable tourist destination.

**Key words:** Da Nang City, Vietnam, tourist destination, sustainable development, sustainable tourism development, criteria for destinations, sustainable management, socio-economic sustainability, cultural sustainability, environmental sustainability.

# **ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность темы исследования. Туризм является важным экономическим двигателем для многих городов, однако он может оказывать и отрицательное воздействие как на окружающую среду, так и на местное сообщество. Устойчивое развитие туризма заключается в поиске сбалансированных способов экономических выгод туризма с экологическими и социальными затратами.

Следуя мировым тенденциям, Дананг стремится стать не только развитой, но и устойчивой туристской дестинацией. Однако здесь выделяется ряд проблем. Одна из проблем - это быстрый рост туризма в городе. В последние годы количество туристов, посещающих Дананг, значительно увеличилось, в результате чего выросла нагрузка на инфраструктуру и ресурсы города. Другой проблемой является негативное экологическое воздействие, так как в ходе туристской деятельности возможны загрязнения, вырубка лесов и потеря биоразнообразия. Кроме того, могут возникать социальные проблемы, такие как рост преступности и проституция.

Несмотря на эти проблемы, у города Дананг есть множество возможностей превратиться в устойчивую туристскую дестинацию. Дананг имеет ряд природных и культурных достопримечательностей, которые делают его привлекательным туристским направлением. В нем проживает молодое и активное население, открытое для новых идей. С тщательным планированием и управлением, Дананг может стать образцовым городом для устойчивого развития туризма.

В данной работе исследуются проблемы и возможности города Дананг для определения направления его развития в качестве устойчивой туристской дестинации. Результаты исследования помогут внести вклад в разработку стратегий развития и практик устойчивого туризма как в городе Дананг, так и в других городах по всему миру.

Основная научная идея исследования заключается в том, чтобы оценить текущое качество дестинации города Дананг с учетом факторов устойчивого развития туризма. Развитие устойчивой дестинации может быть достигнуто через интеграцию экономических, социальных и экологических факторов в разработку туристской политики и туристских практик.

Методы исследования - интервью, опросы и анализ документов.

Цель исследования - определить возможности развития города Дананг как устойчивой туристской дестинации.

Объектом исследования является город Дананг как туристская дестинация.

Предметом исследования являются экономические, социальные и экологические аспекты устойчивого развития дестинации города Дананг.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

* Изучить теоретические основы развития дестинации в соответствии с концепцией устойчивого развития.
* Провести анализ отечественных и международных научных работ по оценке качества дестинации.
* Изучить существующие туристские ресурсы, инфраструктуру в городе Дананг и потенциал для развития устойчивого туризма.
* Проанализировать существующие стратегии и программы управления туристской индустрией города и выявить их преимущества и недостатки.
* Разработать набор критериев специально для города Дананг на основе международного и отечественного опыта для оценки качества туристских дестинаций с учетом факторов устойчивого развития туризма.
* Выявить экологические, социальные и экономические вызовы, связанные с туризмом в городе Дананг посредством проведения опроса респондентов, и оценить их влияние на устойчивое развитие.
* Разработать рекомендации для реализации устойчивого туризма в городе Дананг в соответствии с 4 аспектами устойчивого туризма, предписанными Глобального совета по устойчивому туризму.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников (66) и приложений (6). Глава 1 – теоретические основы, определение туристской дестинации и ее составляющих, научные работы по теории устойчивого развития и измерению качества туристских дестинаций. Глава 2 – анализ ситуации и описание факторов, влияющих на развитие туризма в городе Дананг, включая ресурсы и политику. Описание метода исследования и разработка опросников. Глава 3 – Результаты опросов, существующие проблемы туристской индустрии Дананга и рекомендации по их решению.

# **Глава 1: Теоретические аспекты исследования развития туристской дестинации**

В туристской индустрии термины «туристское направление» и «туристская дестинация» часто используются взаимозаменяемо, что свидетельствует о том, что они представляют собой одно и то же понятие [9]. Туристское направление определяет общее путеводное руководство, выбор пути или курса, а также путешествия и приключения, которые туристы могут ожидать на своем пути [9]. Туристская дестинация, с другой стороны, указывает на конкретное место, которое туристы хотят посетить и исследовать [8]. Однако оба термина олицетворяют идею путешествия и цели туристов, где туристское направление неразрывно связано с туристской дестинацией. Таким образом, можно сделать вывод, что в контексте туризма туристское направление и туристская дестинация являются синонимами и обозначают общий концепт путешествия и места, которое туристы выбирают для посещения. В данной работе будет использоваться термин «дестинация».

## 1.1 Туристская дестинация и ее составляющие

### **1.1.1 Понятие туристской дестинации**

Туризм по своему определению тесно связан с территориями. Ключевым элементом туристской системы является территория, которая привлекает туриста, куда он совершает свою поездку и где проводит какое-то время - дестинация. [13]

Понятие «дестинация» происходит от латинского «местонахождение» и является одним из основных терминов понятийного аппарата зарубежных исследователей и практиков туризма уже около 30 лет. В российском законодательстве нет четкого понятия туристской дестинации [13]. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности» определение отсутствует. Например, в Методических рекомендациях по оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ в сфере туризма дестинация определяется, как туристский регион [2]. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, дестинация – это туристская территория [1]. Вместе с тем, в ноябре 2018 г. на заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ были приняты Рекомендации, где дестинация определена как место назначения путешествия (туристской поездки, тура, экскурсии), место посещения (территория, местность, город, населенный пункт, туристский центр, страна) гражданами, не проживающими постоянно в данной местности и не относящимися к категории местного населения [3].

Изучение трудов российских и зарубежных исследователей показало наличие различных подходов к определению понятия дестинации. Рассмотрим более подробно наиболее значимые.

Н. Лейпер определяет туристские дестинации как «места, которые туристы выбирают для того, чтобы остановиться на некоторое время для получения туристского опыта (leisure experience), связанного с одним или несколькими атрибутами и особенностями территории - со своего рода воспринимаемыми аттракциями» [35, с. 128].

Так, ряд исследователей (К.Дж. Метелка [36], К.А. Гунн [34]) определяют дестинацию как «географическую местность, в которую путешествует человек», «территорию туристского рынка». Похожее определение предлагает С. Медлик: «Страны, регионы, города и др. территории, которые посещаются туристами. Круглый год их инфраструктура обслуживает резидентов и нерезидентов, приехавших с целью заработка, и какое-то время в году постоянных потребителей услуг - туристов. Насколько значима географическая единица как туристская дестинация, определяется тремя основными факторами: аттракции, сервис и туристская инфраструктура, доступность (как правило, географическая)». Эти три фактора иногда называют «туристские качества дестинации» [7].

Р. Дэвидсон и Р. Мейтленд также указывают на то, что дестинация имеет географические границы и представляет собой «отдельно взятый округ, город или четко определяемая и имеющая границы сельская, прибрежная или горная местность» [33]. Географически ориентированные исследования объединяет трактовка дестинации как определенной территории, географического объекта, имеющего реальные границы (континент, страна, остров, город, центр целенаправленного развития туризма и др.) и посещаемого туристами [8].

С точки зрения маркетингового подхода туристская дестинация рассматривается как системный продукт, состоящий из различных компонентов, таких как транспорт, гостеприимство и развлечения для удовлетворения потребностей туристов [8]. С точки зрения предложения туристские дестинации представляют собой совокупность объектов и услуг, объединенных для удовлетворения потребностей туристов [40]. Потребители рассматривают туристские дестинации как места, куда они едут, посещают и временно останавливаются по разным причинам.

Именно определение Лейпера было взято за основу понятия «туристская дестинация», используемого ЮНВТО: «туристская дестинация – физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристские продукты, такие как услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность» [23].

В данной работе подход к определению туристской дестинации был выбран в соответствии с трактовкой ЮНВТО (2007 г.) со всеми элементами, входящими в данное понятие.

Элементы туристской дестинации по-разному описываются такими исследователями как Милль и Моррисон (2012 г.); Купер и др. (1993 г.); ЮНВТО (2007 г.) [23,43,46]. Согласно Миллу и Моррисону (2012 г.), туристскую дестинацию (ТД) часто называют совпадением назначения (Destination Match), куда входят следующие элементы: привлекательность, удобства, инфраструктура, транспорт и гостеприимство. По мнению Cooper et al. (1993; 81), туристская дестинация состоит из четырех элементов , часто называемых 4А: а) доступ (Access), б) удобства (Amenities), в) привлекательность (Attraction) и г) вспомогательные факторы (Ancillary). По данным Всемирной туристской организации (13), выделяются 6 элементов туристской дестинации: привлекательность туристских достопримечательностей (attractions), общественные удобства и объекты (amenities), доступность туристского объекта (accessibility), человеческие ресурсы в туристской дестинации (human resources), образ туристской дестинации (Image), стоимость (price).

Таким образом, туристская дестинация представляет собой комплекс элементов, имеющих разное содержание, но используемых для достижения главной цели: удовлетворенности туристскими услугами.

### **1.1.2 Элементы, составляющие туристскую дестинацию**

Как упоминалось в подглаве 1.1.1, подход к пониманию туристской дестинации был выбран в соответствии с определением ЮНВТО (2007 г.), поэтому и элементы, составляющие туристскую дестинацию, будут рассматриваться в соответствии с представлением данной организации.

Итак, по ЮНВТО (2007 г.), выделяются следующие основные элементы [23]:

**a. Привлекательность туристских достопримечательностей (Attractions)**

Привлекательность туристских достопримечательностей является фактором, привлекающим внимание туристов, и может быть важным стимулом для выбора туристского направления. Привлекательность является одним из значимых факторов для оценки туристских ресурсов и создания образа туристского направления.

Факторами привлекательности могут быть природные ресурсы (например, пляжи, горы, парки, погода), исторические, культурные и архитектурные достопримечательности и сооружения (например, памятники истории, религиозные архитектурные сооружения, конгресс-центры, спортивные объекты). Также это могут быть местные туристские сообщества, культурное наследие или образ жизни.

Кроме того, невидимые факторы, такие как уникальные духовные или социально-психологические впечатления в туристском направлении (например, гостеприимство и дружелюбие местного населения, культурные события, ночная жизнь и развлечения, новизна направления, его доступность, продукты питания, тишина, комфортная политическая и социальная среда, доступные цены) также привлекают туристов.

Привлекательность туристского направления проявляется в способности предложить множество видов туризма с высокой привлекательностью и удовлетворить потребности туристов в соответствии с принципом «легкости, удобства, быстроты, безопасности и удобства».

Привлекательность туристского направления также зависит от основных политических, экономических и социальных факторов в туристском направлении, таких как обеспечение безопасности туристов, осведомленность местного населения об обслуживании туристов, механизмы и политика в отношении туристов и туристских предприятий.

**b. Общественные удобства и объекты (Amenities)**

Это услуги и техническое оборудование, предназначенные для поддержки туристов в процессе пребывания и удовлетворения их основных потребностей. Данные элементы включают в себя основную инфраструктуру (например, удобства, общественный транспорт, дороги) и прямые услуги для туристов (например, хранение вещей, туристская информация, развлечения, уход за здоровьем). Они имеют очень важное значение и непосредственно влияют на использование туристских ресурсов и обслуживание туристов.

**c. Доступность туристского объекта (Accessibility)**

Привлекательный туристский пункт должен быть легко доступен посредством автодорожного сообщения, воздушного, железнодорожного или водного транспорта. Требования, такие, например, как визы или другие особые условия для въезда также являются частью доступности туристского пункта. Доступность туристского пункта проявляется в:

* Разнообразной, удобной, легко доступной, безопасной и быстрой сети транспорта для перевозки пассажиров (самолеты, поезда, суда, автомобили, мотоциклы).
* Для международных туристов - это упрощение процедур при въезде и выезде по визам, а также припрохождении паспортного контроля и таможни на международных границах. Все эти административные процедуры формируют у туристов позитивное или негативное впечатление.

**d. Человеческие ресурсы в туристской дестинации (Human Resources)**

Профессиональная рабочая сила и осведомленное сообщество, осознающие свои преимущества и ответственность за развитие туризма, являются чрезвычайно важным фактором для туристского направления.

Туризм – это крупная трудоемкая отрасль. Человеческие ресурсы в туристских дестинациях играют в развитии туризма решающую роль. Туристская деятельность направлена в основном на оказание услуг, качество которых зависит преимущественно от человеческого фактора, а именно от персонала как непосредственно обслуживающего туристов в дестинации, так и имеющим косвенное отношение к туристской деятельности..

К персоналу, непосредственно обслуживающему туристов, относятся сотрудники турфирм, гостиниц и ресторанов (например, экскурсоводы, администраторы отелей, горничные, водители и т. д.). Это люди, которые несут прямую ответственность за обслуживание гостей с момента их прибытия и до самого отъезда. Качество обслуживания гостей является очень существенным фактором, поскольку формирует впечатление посетителей. Это требует от персонала проявления любви к своей работе и осознания ответственности перед гостями. Если персонал является ответственным и работает с отдачей, это произведет глубокое позитивное впечатление, что, как следует заметить, является одной их самых эффективных форм популяризации и рекламы для туристского направления.

К персоналу, косвенно обслуживающему гостей, относятся: работники сувенирных лавок и объектов бытового обслуживания. Их возможные негативные действия, такие как недружелюбное общение, продажа некачественного товара, высокие цены и т.д.) могут вызвать негативные эмоции у туристов и отрицательное впечатление по отношению к туристской дестинации в целом.

Взаимодействие с местным сообществом является неотъемлемой частью туристского опыта. Туристы, прибывающие в туристскую дестинацию, узнают об обычаях и привычках местного сообщества. Тактика поведения сообщества по отношению к туристам очень важна, поскольку непосредственным образом влияет на впечатления и эмоции туристов. Гостеприимное, уважительное, дружелюбное и полное энтузиазма сообщество будет способствовать созданию положительной репутации как среди местного сообщества, так и для всего туристского направления.

**e. Образ туристской дестинации (Image)**

Это убеждение туриста, представление о месте назначения или особый образ, который привлекает туристов в место назначения. Для того, чтобы туристская дестинация могла быть конкурентоспособной и привлекать туристов, каждое туристское направление должно быть уникальным, привлекательным и отличаться от других. В связи с этим каждой дестинации необходимо найти свою уникальность, отличающую ее от других, и сформировать свой образ в сознании туристов, при этом необходимо найти оптимальные способы пропаганды и рекламы, чтобы этот образ стал положительным.

Образ дестинации включает в себя уникальность, ландшафт, качество окружающей среды, безопасность, качество обслуживания и дружелюбие местных жителей. Для создания имиджа дестинации люди часто используют различные формы пропаганды, рекламы и продвижения, такие как маркетинг и брендинг, СМИ, электронный маркетинг, участие в конференциях, рынок и др.

**g. Стоимость (Price)**

Цена является важным фактором в конкуренции между направлениями. Необходимо учитывать стоимость , транспортных расходов, роживания, осмотра достопримечательностей, питания и других туристских услуг. Уровень цен влияет на решение туристов о выборе того или иного туристского направления.

## 1.2 Развитие туристской дестинации в направлении устойчивого развития

Термин «устойчивое развитие» впервые появился в 1980 году в публикации Всемирной стратегии охраны природы (опубликованной Международным союзом охраны природы и природных ресурсов — МСОП) с очень простым содержанием: «Развитие человечества может быть сосредоточено не только на экономическом развитии, но и на уважении неизбежных потребностей общества и воздействии на экологическую среду» [20].

Устойчивое развитие — это развитие, при котором удовлетворение потребностей нынешних поколений осуществляется без ущерба для возможностей будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Эта базовая формулировка впервые появилась в 1987 году в докладе «Наше общее будущее». Его подготовила Комиссия ООН по окружающей среде и развитию, которую часто также называли Комиссией Брунтланн по имени ее руководителя — Гру Харлем Брунтланн, политического и общественного деятеля из Норвегии, которая внесла огромный вклад в продвижение концепции устойчивого развития и в международное сотрудничество в целях его достижения. Именно в формулировке Комиссии Брунтланн содержится ключевая идея устойчивого развития — рассмотрение его как баланса между поколениями [21,29].

Закон Вьетнама об охране окружающей среды 2014 года в главе I, статье 3, разделе 4 трактует понятие устойчивого развития следующим образом: «Устойчивое развитие – это развитие, удовлетворяющее потребности настоящего без ущерба для способности будущих поколений удовлетворять эти потребности на основе тесного и гармоничного сочетания экономического роста, обеспечения социального прогресса и защиты окружающей среды.» Это общая концепция, выделяющая наиболее важные требования и цели устойчивого развития, подходящие для условий и ситуации во Вьетнаме [4].

По информации многих других престижных международных организаций, устойчивое развитие включает в себя три основных компонента: экологическая устойчивость, социокультурная устойчивость и экономическая устойчивость.

В 2015 году Организация Объединенных Наций в Плане действий по устойчивому развитию до 2030 года обозначила семнадцать целей устойчивого развития (ЦУР), предоставив систему индикаторов, позволяющих обеспечить устойчивое функционирование всех мировых промышленных секторов. «Цели в области устойчивого развития являются своеобразным призывом к действию, исходящим от всех стран — бедных, богатых и среднеразвитых. Они нацелены на улучшение благосостояния и защиту нашей планеты. Государства признают, что меры по ликвидации бедности должны приниматься параллельно усилиям по наращиванию экономического роста и решению целого ряда вопросов в области образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также борьбе с изменением климата и защите окружающей среды» [47].

Формирование ЦУР последовало за Целями развития тысячелетия, достижение которых была запланировано к 2015 году. ЦУР направлены на то, чтобы сбалансировать экологические, социальные и экономические составляющие. Цели охватывают различные аспекты развития для всех людей из всех стран. Эти аспекты включают сокращение бедности, здоровый образ жизни и благополучие, качественное образование, гендерное равенство, устойчивое управление водными ресурсами, устойчивую и современную энергетику, инклюзивный экономический рост, занятость, достойную работу, инновации, изменение климата, сохранение природных и культурных ресурсов, взаимное понимания, мира и партнерства [26].

Концепция устойчивого развития туризма имеет те же приоритеты , что и Концепция устойчивого развития общества. Туризм является общеэкономической отраслью, развитие туризма во многом зависит от природных ресурсов и окружающей среды. Развитие туризма и общее устойчивое развитие общества диалектически влияют друг на друга, так как связаны с экологической средой, экономическими, культурными, политическими, социальными вопросами и т.д. Устойчивое развитие туризма является неизбежным трендом развития. Согласно Всемирной туристской организации, под устойчивым туризмом понимается «туризм, в полной мере обеспечивающий учет его нынешних и будущих экономических, социальных и экологических последствий при удовлетворении потребностей туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин».

Концепция устойчивого развития туризма во Вьетнаме была введена в Законе о туризме Вьетнама 2017 г.: «Устойчивое развитие туризма — это развитие туризма, которое одновременно отвечает социально-экономическим и экологическим требованиям, обеспечивая гармонию интересов субъектов, занимающихся туристской деятельностью, не ставя под угрозу способность удовлетворять спрос на туризм в будущем» [5].

В мире формируется несколько подходов к оценке устойчивости развития туризма или устойчивости развития дестинации. Одним из крупнейших мировых экспертов в этой области является Центр устойчивости дестинаций, который действует при Глобальном совете по устойчивому туризму ООН.

Глобальный совет по устойчивому туризму ООН (GSTC) является глобальной инициативой, деятельность которого направлена на продвижение устойчивого туризма по всему миру [18]. GSTC — это неправительственная организация, созданная в 2007 году при поддержке ЮНЕП — Программы ООН по окружающей среде и ЮНВТО — Всемирной туристской организации ООН для продвижения устойчивости и социальной ответственности в туристском секторе. В настоящее время GSTC действует во всех регионах мира, в том числе в Африке, Южной Америке, Восточной Азии и Тихоокеанском регионе, Южной Азии, Европе и Ближнем Востоке. Объединяя различные организации:ведущие туристские компании, гостиницы, транспортные компании, GSTC действует в качестве международного органа для содействия расширению знаний, понимания и принятия практики устойчивого туризма.

GSTC способствует развитию устойчивого туризма путем принятия универсальных критериев устойчивого туризма, составления, адаптации и создания инструментов и учебных мероприятий для обеспечения практики устойчивого туризма. Глобальные критерии устойчивого туризма (Global Sustainable Tourism Criteria) представляют собой попытку прийти к общему пониманию устойчивых дестинаций и являются тем минимумом, к достижению которого должна стремиться любая управленческая организация туризма, если она хочет быть устойчивой [26].

Критерии Глобального совета по устойчивому туризму (GSTC) были разработаны в целях обеспечения общего понимания устойчивого туризма. Критерии для дестинаций, неофициально именуемые как "GSTC-D" - это тот минимум, к которому должна стремиться любая туристская дестинация. Критерии сгруппированы по четырем основным темам: устойчивое управление, социально-экономические последствия, культурные последствия, экологические последствия, и применимы ко всему туристскому сектору.

Таблица 1 Структура критериев GSTC [Составлено по 16]

|  |  |
| --- | --- |
| **РАЗДЕЛ A: Устойчивое управление** | **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость** |
| А (а) Структура и рамки управления  А (b) Участие заинтересованных сторон  А (с) Управление нагрузкой и изменениями | В(а) Обеспечение местных экономических выгод  B(b) Социальное благополучие и его воздействие |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** | **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость** |
| С (а) Охрана культурного наследия  С (b) Посещение культурных объектов | D(a) Сохранение природного наследия  D(b) Управление ресурсами  D(c) Утилизация отходов и выбросов |

GSTC-D были разработаны для дестинаций. Область применения GSTC-D широка, и критерии могут применяться к широкому кругу дестинаций (например, к национальным паркам, кластерам местных сообществ и т.д.). Они могут использоваться в любой части мира и для любого типа местности (например, в городской, сельской, горной, прибрежной или смешанной местности). [16]

Существует тесная взаимосвязь между критериями GSTC и Целями в области устойчивого развития (ЦУР). Принятие критериев GSTC помогает ООН в достижении ЦУР. Критерии GSTC учитывают экономические, экологические и социальные аспекты. Организации и компании, стремящиеся внести свой вклад в достижение ЦУР, обнаруживают, что критерии GSTC и другие стандарты, признанные GSTC, являются эффективными инструментами, способными помочь им справиться с этой задачей.

GSTC-D включает индикаторы эффективности, предназначенные для предоставления рекомендаций по измерению соответствия Критериям. Система индикаторов GSTC базируется на четырех основных процессах и 75 критериях, которые в идеале должны быть удовлетворены, и представляют собой попытку прийти к общему пониманию устойчивых дестинаций.

Применение критериев поможет дестинации внести свой вклад в реализацию Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и в достижении 17 целей в области устойчивого развития. По каждому из критериев определяется одна или несколько из 17 ЦУР, с которыми тот или иной критерий наиболее тесно связан.

## 1.3 Исследования, помогающие оценить качество дестинации

До настоящего времени понятие качества туристской дестинации исследовалось разными авторами с разных точек зрения.

Согласно Отто и Ритчи (1996), общее впечатление от места назначения является мерой качества туристского направления, и в то же время данные авторы утверждают, что физические характеристики места назначения являются лишь второстепенным фактором, определяющим его привлекательность. Таким образом, качество дестинации – это общая ценность впечатления туристов о дестинации [37].

Другой подход был предложен Alberto, Rocío and Salvador (2010). Эти авторы предполагают, что качество дестинации напрямую связано с воспринимаемым туристами качеством предлагаемых услуг В частности, они особо подчеркивают важность гостиничных услуг, климата, красоты ландшафта и дружелюбия персонала к клиентам [32]. Таким образом, с точки зрения этих авторов, качество дестинации – это воспринимаемое туристами качество гостиничных услуг, климата, красоты ландшафта и дружелюбия персонала в дестинации.

Согласно определению, принятому на заседании Исполнительного совета Всемирной туристской организации (UN-WTO, 2016), качество туристской дестинации – это результат процесса, который включает удовлетворение потребностей в туристских продуктах и ​​услугах, требований и ожиданий клиентов по приемлемой цене в соответствии с согласованными условиями и скрытыми факторами, такими как безопасность, санитария, доступность информации, развитая инфраструктура и коммунальные услуги [23]. Это определение полностью обобщает факторы качества дестинации, упомянутые другими авторами, и согласуется с исследовательской моделью, выбранной автором для изучения темы.

К настоящему времени, несмотря на то, что существует множество исследований, посвященных теме туристской дестинации и измерению ее качества, все они имеют разные цели и сосредоточены преимущественно на следующих аспектах туристской дестинации: брендинг дестинации, туристские продукты в дестинации, качество обслуживания.

Исследования Отто и Ритчи (1996) показали, что, хотя туристы покупают отдельные туристские услуги, они получают общее впечатление от места назначения, а лояльность туристов к любому направлению зависит от качества полученного туристского опыта [37]. В результате этого исследования была разработана четырехфакторная шкала для измерения качества дестинации: стремление к удовольствию, душевное спокойствие, вовлеченность и признание. Таким образом, основной целевой аудиторией в данной работе являются туристы, которые испытали на себе качество услуг.

Исследование Альберто, Росио и Сальвадора (2010) также показало, что улучшение качества места назначения имеет прямую связь с воспринимаемым качеством. Данное исследование было более масштабным с акцентом на важность гостиничного сервиса, климата, красоты ландшафта и дружелюбия персонала к клиентам. В объект исследования были также включены и туристы, не вовлеченные в в процесс фактического обслуживания [32]. При этом авторы считают, что эти исследования не являются исчерпывающими, поскольку учитывают только чувства пользователей туристских услуг.

Следует отметить, что рассмотренные исследования включают в себя результаты, определяющие набор критериев для оценки ценности предназначения. Исследование Срабанти Мукерджи, Атану Адхикари и Биплаба Датты (2017) является наиболее полным и всесторонним. В этом исследовании был разработан набор критериев с тремя различными факторами, среди которых: качество опыта, качество характеристик пункта назначения и качество обслуживания [41].

Таким образом, качество туристской дестинации оценивается через:

- Качество обслуживания для конкретного направления.

- Качество обслуживания измеряется восприятием посетителями факторов безопасности, информации, правовых факторов и персонала.

- Характерное качество дестинации измеряется следующими факторами: привлекательностью дестинации, кухней, размещением, трафиком, ценами и ландшафтом.

- Качество полученного туристского опыта выражается через: эмоциональные реакции посетителей, уникальность бренда, население и климат.

Следуя мировым тенденциям, Министерство спорта, культуры и туризма Вьетнама также осознает важность управления и развития туристских направлений. В 2016 году, согласно Решению № 4640/QD-BVHTTDL, был издан «Комплект критериев оценки туристских дестинацией» с целью усиления государственного управления туристскими направлениями и поощрения инвестиций, улучшения качества обслуживания в местах назначения [14] . Для дестинаций, которые ежегодно принимают 500 000 и более туристов, существует 32 критерия, разделенных на 6 групп.

Таблица 2 «Комплект критериев оценки качества туристских дестинацией» Министерства спорта, культуры и туризма Вьетнама [Составлено по 14]

|  |
| --- |
| ***1) В группу критериев туристских ресурсов входят следующие специфические критерии оценки:***  + Разнообразие и уникальность ресурсов  + Вместимость ресурсных точек  + Защита и облагораживание ресурсов |
| ***2) В группу критериев продукции и услуг входят следующие специфические критерии оценки:***  + Предоставление информации клиентам  + Информационный гид по всей туристской зоне  + Интерпретация гида или пояснительный материал, объясняющий туристам культурные ценности достопримечательностей  + Туристский информационный центр  + Система технических средств для обслуживания размещения туристов  + Услуги, предоставляемые гостям в местах размещения  + Ресторанная система для обслуживания туристов  + Питание  + Развлекательные заведения  + Развлекательные услуги  + Перформансы  + Услуги для посещения, отдыха, изучения ценностей природы и культуры  + Услуги по организации мероприятий, конференций, семинаров  + Услуги по покупкам |
| ***3) Группа критериев управления дестинацией включает следующие конкретные критерии оценки:***  + Общее руководство  + Природная среда и общая гигиена  + Переработка отходов  + Система общественного туалета  + Социальная среда  + Координирование сил безопасности и порядка  + План по обеспечению безопасности и защиты туристов  + Технические помещения |
| ***4) Группа критериев инфраструктуры включает следующие конкретные критерии оценки:***  + Дорожная система  + Таблички, инструктирующие подход к туристской зоне по дороге или водному пути  + Внутренние дороги  + Электрическая система  + Система водоснабжения и водоотведения |
| ***5) Критерии участия местного сообщества***  + Процент местных рабочих в туристской зоне |
| ***6) Критерии удовлетворенности клиентов***  + Оценка удовлетворенности туристов методом анкетирования |

**Выводы**

В данной главе были рассмотрены основные теоретические понятия, касающиеся определения туристской дестинации и ее составляющих, а также проанализированы различные подходы к их трактовке. В качестве теоретической основы данной диссертации был выбран подход Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Также были рассмотрены основные положения концепции устойчивого развития и взаимосвязь между понятиями устойчивого развития и устойчивого туризма. Был изучен набор критериев для дестинаций, известных неофициально как "GSTC-D". Применение критериев GSTC должно способствовать достижению 17 целей устойчивого развития (ЦУР), изложенных ООН в Плане действий по устойчивому развитию к 2030 году. Также были рассмотрены понятия "качество дестинации" и "оценка качества дестинации" с точки зрения различных исследователей и ЮНВТО. Кроме того, учитывая результаты крупных исследований и особенностей Вьетнама, Министерство культуры, спорта и туризма Вьетнама разработало собственный набор критериев для оценки качества туристских дестинаций в стране. В ходе анализа материала были выбраны два набора критериев с разными целями: критерии GSTC-D, установленные Глобальным советом по устойчивому туризму (GSTC), и набор критериев Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама. На основе данных критериев будет разработан собственный набор критериев с целью оценки качества дестинаций в городе Дананг с учетом факторов устойчивого развития туризма.

# **Глава 2: Потенциал развития туризма в городе Дананг в контексте устойчивого развития туризма во Вьетнаме**

## 2.1 Исследование текущего состояния развития туризма в городе Дананг

### **2.1.1 Обзор туристских ресурсов в городе Дананг**

Дананг является одним из пяти городов, подчиненных центральному правительству Вьетнама, расположенным в центре Вьетнама, на пересечении транспортных магистралей север-юг как по суше и морю, а также воздушных и железнодорожных сообщений.

A picture containing text, map, atlas, font

Description automatically generated

Рисунок 1 Карта Вьетнама [Источник: Интернет]

Город Дананг является конечной точкой восточно-западного экономического коридора (EWEC - East-West Economic Corridor), который связывает Лаос, Таиланд и Мьянму. Он также является крупным экономическим центром страны в области туризма, промышленности, торговли, финансовых и банковских услуг, имеет стратегическое положение в социально-экономическом развитии страны, играет важную роль в качестве региона приоритетного экономического развития центрального региона и является одним из мест на карте Вьетнама, связанных с другими странами региона и международным сообществом.

Площадь: 1 285,4 км2

Население: 1 188 374 человека (на сентябрь 2022 г.) [19]

Районы: 6 округов и 2 пригородных округа

- Округа: Хайчау (центральный район), Тханьхе, Сонтра, Нгуханьсон, Камле

- Пригородные округа: Хоаванг, Хоангса

Нация: 99,4% населения составляют Кинь, остальное население – представители других этнических меньшинств.



Рисунок 2 Административная карта города Дананг [Составлено автором]

В пределах региона (в Азиатско-Тихоокеанском регионе) Дананг является одним из важнейших морских портов, связывающих Лаос, Камбоджу, Таиланд и Мьянму через Восточно-Западный экономический коридор (EWEC). Находящийся на одной из важных международных морских и авиационных транспортных маршрутов, город Дананг имеет особенно удобное географическое расположение для динамичного и устойчивого развития с международными рейсами в крупнейшие финансовые и экономические центры в мире, такие как Китай, Гонконг, Япония, Южная Корея, страны АСЕАН, а также некоторые страны Западной Европы, Индия, Россия.

A picture containing map, diagram, atlas, text

Description automatically generated

Рисунок 3 Расположение города Дананг в Азиатско-Тихоокеанском регионе [Источник: Интернет]

Дананг владеет важным туристским морским портом Тьенса. Международные туристские суда могут прибыть в Дананг из других больших морских туристских портов Китая, Японии, Филиппин и др. Порт Тьенса способен принимать суперяхты, международные туристские суда более 3 000 мест.

Дананг имеет преимущества природных ресурсов с более чем 30-километровым побережьем, включая континентальный шельф с глубиной до 200 м, что создает обширный узкий пояс мелководья, подходящий для развития морского туризма и международного экономического сотрудничества. На территории города расположена система рек, морей, холмов, ущелий, водопадов и большое сельскохозяйственное пространство. В последние годы город Дананг успешно использует и развивает потенциал туризма. Город находится в центре туристских маршрутов всемирного наследия центрального Вьетнама (древняя столица Хюэ, древний город Хойан и святилище Мишон), имеет международный аэропорт и порт, множество красивых природных и исторических достопримечательностей, особенно длинные и красивые пляжи, которые журнал Forbes (США) признал одними из самых красивых на планете [45]. Сам город имеет два национальных культурных объекта – памятник природы Нгуханьсон и Диенхай, а также другие исторические объекты материальной и духовной культуры, в том числе экологически разнообразные природные ландшафты в национальном парке Сонча и Бана - Нуичуа.

На территории города расположены 2 особо ценных национальных памятника (Диенхай и Нгуханьсон), 17 памятников национального значения, 61 памятник городского значения и 39 памятников в списке проверки. 6 объектов были признаны памятниками нематериального культурного наследия местного значения и занесены Министерством культуры, спорта и туризма в список культурного национального уровня. Также 6 экспонатов, которые находятся в музее скульптуры Чам, были признаны правительством национальными сокровищами. На основе пересмотра было оценено наличие 111 культурных и природных ресурсов с потенциалом для использования в туристских целях. Разнообразие культурных ресурсов является важной предпосылкой для развития различных видов туризма Дананга.

Климат в Дананге можно отнести к тропическому, муссонному с ярко выраженным сухим и влажным сезоном. Сезон дождей в Дананге длится в период с сентября по декабрь. В эту пору город окутывают сильные ветра, поэтому купаться довольно проблематично. В период, когда начинается сезон дождей, в Дананге закрывается основная часть развлекательных заведений. С января по март, хотя осадков выпадает немного, погода в городе достаточно холодная, обычно ниже 25 градусов по Цельсию, поэтому деятельность морского и пляжного туризма в это время не развивается. Поэтому период активной деятельности туристской отрасли города приходится на период с марта по август. В этот период температура воздуха прогревается от +27°С до +39°С. Влажность не превышает 75% [28].

Туризм в Дананге имеет некоторые ограничения по сравнению с конкурирующими туристскими дестинациями, такими как Нячанг или Фукуок, которые также являются пляжными курортами. Нячанг и Фукуок расположены на юге Вьетнама, ближе к экватору, что обуславливает более высокую среднюю температуру воздуха и короткие сезоны дождей и холодов, продолжающиеся всего около двух месяцев с октября по ноябрь. Это позволяет осуществлять пляжный туризм в этих двух городах практически круглый год, вне зависимости от сезонности. С другой стороны, культурный туризм не является сильной стороной Дананга по сравнению с другими провинциями на севере Вьетнама. В период дождей и холодов (с сентября по март следующего года) туристы, посещающие Вьетнам, часто предпочитают выбирать культурные туры в северных провинциях или пляжный отдых в южных провинциях.

A picture containing text, map, diagram, atlas

Description automatically generated

Рисунок 4 Туристская карта города Дананг [Составлено автором]

Находясь в центре Вьетнама, город имеет важное экономическое, социальное, оборотоспособное и безопасное положение в регионе центрального Вьетнама и в целом в стране. Правительство города построило особые системы транспорта для развития международной экономики. Качество дорожной сети постоянно улучшается и поддерживается в хорошем состоянии, особенно в международном аэропорту Дананг. Качество обслуживания в этом аэропорту оценивается высоко, поскольку он вошёл в "Топ-10 лучших аэропортов по качеству улучшения в мире" в опросе Skytrax (британской организации по оценке и ранжированию авиакомпаний) в 2023 году [49]. В декабре 2020 года международный аэропорт Дананг получил сертификат проверки медицинских стандартов, выданный Международным советом аэропортов (ACI), признавший его соответствующим высоким стандартам безопасности здоровья и профилактике инфекционных заболеваний в процессе эксплуатации [48].

Кроме природных факторов, культурных ресурсов и транспортной инфраструктуры, жители Дананга дружелюбные, миролюбивые и гостеприимные, являющимися важным туристским ресурсом в виде уникального человеческого потенциала, создающего положительный имидж города как безопасное и комфортное для туристов место.

### **2.1.2 Ситуация с развитием туризма в Дананге до и после коронавирусной инфекции COVID-19**

Туризм, являющийся ведущим экономическим сектором Дананга, способствует улучшению местной экономики и инфраструктуры. Вклад туризма в экономику Дананга проявляется в прямых и косвенных взносах, которые оказывают значительное влияние на другие экономические сектора. За период пяти лет между 2013 и 2018 годами туризм сгенерировал более 22% валового регионального продукта (ВРП) Дананга [24]. В 2019 году отмечен большой рост, вклад туризма в ВРП города достиг 31,4%. Это считается самой большой ставкой взноса по сравнению с другими провинциями/городами с развитой индустрией туризма в стране (Таблица 3).

Таблица 3 Вклад туризма в ВРП Дананга c 2013-2019 гг.[22]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **2013** | **2014** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| Доход (млн донгов) | 9740 | 11800 | 16544 | 21186 | 24060 | 31420 |
| Скорость роста (%) | 25.11 | 21.15 | 25.48 | 24.4 | 23.3 | 31 |
| % ВРП |  | 20.24 | 23.72 | 24.4 | 24 | 31,4 |

Внутренние туристы являются основным туристским рынком города Дананг. Среднегодовой темп роста внутреннего туризма составляет 15,8% за год. В 2011 году внутренние туристы составляли 77,5% от общего количества туристов в городе. С 2011 по 2019 годы, несмотря на то, что внутренние туристы по-прежнему составляли наибольшее количество, разрыв между двумя рынками значительно сократился (количество внутренних туристов составило 59,5% от общего количества туристов в 2019 г.). Это свидетельствует о том, что Дананг развивается, привлекая не только внутренних туристов, но и зарубежных [22].

Таблица 4 Количество и доля туристских прибытий в Дананг с 2011-2019 гг. [28]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **Международные туристы** | | **Внутренние туристы** | | **Всего туристов** |
| Количество | Доля (%) | Количество | Доля (%) |
| 2011 | 534.134 | *22,5* | 1.840.889 | *77,5* | **2.375.023** |
| 2012 | 630.908 | *23,7* | 2.028.645 | *76,3* | **2.659.553** |
| 2013 | 743.183 | *23,8* | 2.374.375 | *76,2* | **3.117.558** |
| 2014 | 955.675 | *25,0* | 2.863.008 | *75,0* | **3.818.683** |
| 2015 | 1.266.272 | *27,1* | 3.415.777 | *72,9* | **4.682.049** |
| 2016 | 1.677.297 | *30,2* | 3.868.492 | *69,8* | **5.545.789** |
| 2017 | 2.331.887 | *35,2* | 4.302.094 | *64,8* | **6.633.981** |
| 2018 | 2.875.371 | *37,5* | 4.787.600 | *62,5* | **7.662.971** |
| 2019 | 3.522.928 | *40,5* | 5.169.493 | *59,5* | **8.692.421** |
| Средний темп роста/год | ***28,7%*** | | ***15,8%*** | | ***19,5%*** |

Внутренние туристы приезжают в Дананг в основном из Хошимина, Ханоя, городов на севере, а также из центральных высокогорных областей, меконгской дельты. Основные продукты, которые пользуются популярностью среди внутренних туристов, когда они приезжают в Дананг, включают в себя пляжный туризм, экотуризм и городские экскурсии [25].

2019 год оказался для туризма Дананга успешным годом, поскольку привлек большое количество иностранных туристов. Общее число иностранных туристов, посетивших Дананг, увеличилось на 22,5% по сравнению с 2018 годом. Среди рынков иностранных туристов, посещающих Дананг, рынки Китая, Южной Кореи и Японии имеют тенденцию роста, становясь основными рынками туристов в Дананге (составляют 75,78% общего международного рынка в 2019 году и 58,73% в 2020 году), за которыми следует рынок Таиланда [17,30]. Иностранные туристы приезжают во Вьетнам, чтобы посмотреть, попробовать их туристские продукты:пляжный туризм, культурный туризм, экотуризм, развлекательные и спортивные услуги на пляже, гольф, казино и т.д. Однако период пребывания для обоих типов туристов был непродолжительным и составлял всего от 2 до 4 дней [28].

Средние расходы внутренних туристов ниже, чем у иностранных туристов. Согласно результатам опроса туризма 2019 года, средние расходы внутреннего туриста составили 3,55 миллиона донгов на человека, что на 48,2% ниже по сравнению с иностранными туристами (7,37 миллиона донгов на человека) [22]. В этот период, несмотря на то, что внутренний туризм был более распространенным, он еще не считался основным направлением туризма в Дананге, поэтому не получил должного внимания. Потребности, предпочтения, тенденции, любимые продукты вьетнамских туристов или туристские услуги для вьетнамцев еще не были четко определены.

Туризм города серьезно пострадал после начала пандемии COVID-19 с марта 2020 года. За первые четыре месяца 2020 года общее число туристов, посетивших Дананг, составило около 1 миллиона человек, что на 58% меньше, чем в тот же период прошлого года. Общий доход от туризма сократился на 51% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года [17]. С 2021 года, когда ситуация с эпидемией немного стабилизировалась, правительство города сконцентрировалось на оживлении туристской отрасли, причем теперь главным направлением развития стал внутренний туризм. Он был определен как рынок, который поможет обеспечить устойчивое развитие всей туристской отрасли.

Таблица 5 Количество и доля туристских прибытий в Дананг с 2020-2022 гг.[22]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **Количество** | | **Доля** | | **Всего туристов** |
| Количество международных туристов | Количество внутренних туристов | Доля международных туристов | Доля внутренних туристов |
| 2020 | 703,000 | 1,840,889 | *22.50%* | *77.50%* | **2,375,023** |
| 2021 | 110,000 | 1,060,000 | *9.40%* | *90.60%* | **1,170,000** |
| 2022 | 483,000 | 3,200,000 | *13.11%* | *86.89%* | **3,683,000** |

Рисунок 5 График количества туристских прибытий в Дананг в период 2011-2022 гг. [Составлено автором по 22]

Деятельность туроператоров Дананга на территории города достаточно стабильна и осуществляется в основном малыми и средними предприятиями. Компании активно эксплуатируют и вводят в эксплуатацию множество интересных туров, обслуживая разнообразных туристов. Однако существуют некоторые ограничения: недостаточная цена на туры влияет на туристскую среду и создает нездоровую конкуренцию между компаниями; качество обслуживания гидов ограничено; отсутствует тесное взаимодействие между туроператорами и его объектами: гостиничными комплексами, местами питания и т.д.

Развитие туристских объектов размещения развивалось крайне быстро в период с 2011 по 2019 годы. Не только крупные национальные корпорации, такие как SunGroup, VinGroup, TMS и др., интересовались туристской недвижимостью в городе, но и мировые корпорации, такие как Hilton, Mikazuki, Route Inn, Sakae Holdings, Intercontinental [28]. Объекты размещения на территории города разнообразны по типу: это элитные курорты, 5-4-3-звездочные отели и гостевые дома (homestay). Однако качество туристских услуг в объектах размещения на территории города неоднородно среди отелей одной звездности (от 1 до 5 звёзд и аналогичных им).

В дополнение к этому, городское правительство уделяет внимание высококачественному обучению, управлению персоналом в сфере туризма. Программы, проекты и политика, направленные на поддержку обучения различным навыкам, реализуются на территории города разными уровнями и отраслями эффективно. В 2019 году в сфере туризма работало 50 963 человека, что в 3,6 раза больше, чем в 2011 году, и составляло около 8,7% от общего числа рабочей силы города. 75,4% персонала прошли обучение в различных формах, 46,3% имеют сертификаты по иностранным языкам, причем наиболее высокий уровень сертификации достигается среди работников ресторанов и туристских мест на территории города [17].

Данные о вышеприведенных факторах отображены в таблице 4.

Таблица 6 Количество предприятий, работающих в сфере туризма, и количество гидов в городе с 2011-2020 гг [28].

|  | **2011** | **2014** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Размещение** | 6.564 | 10.595 | 13.005 | 17.334 | 21.246 | 28.272 | 14.373 |
| **Туроператоры** | 796 | 1.089 | 1.201 | 1.405 | 1.605 | 1.848 | 765 |
| **Транспортные**  **предприятия** | 0 | 974 | 1.043 | 2.312 | 3.025 | 3.042 | 981 |
| **Рестораны** | 4.755 | 5.231 | 6.717 | 7.140 | 7.480 | 8.490 | 1.274 |
| **Гиды** | 560 | 1.608 | 2.593 | 3.223 | 4.161 | 4.646 | 1.340 |

Оценка Ассоциации туризма Дананга показывает, что развитие Дананга не уступает другим крупным городам страны, таким как столица Ханой и город Хошимин, однако влияние пандемии COVID-19 оказало серьезное воздействие на туристскую индустрию не только города, но и на весь Вьетнам [35]. COVID-19 появился в конце марта 2020 года и возобновился в начале мая 2021 года, в результате чего многие предприятия в сфере туризма и досуга прекратили свою деятельность и пока не планируют возобновлять работу. Это привело к резкому сокращению числа работников в туристской отрасли, большинство из которых работали на сменах, а в период сложных этапов пандемии только около 35% работников работали в открытых туристских предприятиях.

На основе полученных данных проведен SWOT-анализ потенциала развития туризма города Дананг (Таблица 7).

Таблица 7 SWOT-анализ потенциала развития туризма города Дананг [Составлено автором]

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны**   * Стратегическое географическое положение   + расположен в центре Вьетнама, на пересечении транспортных магистралей север-юг как по суше и морю, а также воздушных и железнодорожных сообщений.  + Город является конечной точкой восточно-западного экономического коридора (EWEC - East-West Economic Corridor), которая связывает Лаос, Таиланд и Мьянму.  + Находящийся на одной из важных международных морских и авиационных транспортных маршрутов, город Дананг имеет особенно удобное географическое расположение с международными рейсами в крупнейшие финансовые и экономические центры в мире, как Китай, Гонконг, Япония, Южная Корея, страны ASEAN, а также некоторые страны Западной Европы, Индия, Россия   * Город обладает большим потенциалом природных ресурсов, особенно красивыми пляжами. Разнообразная экосистема с двумя национальными заповедниками: Сон ча и Ба На - Нуи Чуа. * Международный аэропорт получил множество международных наград. * Городу принадлежит множество отелей и курортов крупных отечественных и международных брендов. * Местные жители доброжелательны, гостеприимны, трудолюбивы, что создает для города важный человеческий ресурс. | **Слабые стороны**   * Культурные реликвии в основном малого и среднего значения, что на самом деле недостаточно для интересного содержания туристских программ и использования в туризме. * В городе не хватает развлекательных заведений и мероприятий для туристов в сезон дождей. * Учреждения размещения туристов в городе не имеют единого качества обслуживания. * Уровень расходов внутренних туристов невысок, видов турпродукта для данного типа туристов не так много. * Средняя продолжительность пребывания туристов в городе невысокая, в среднем 2-4 дня. |
| **Возможности**   * Согласно указанию центрального правительства, город планируется превратить в туристский центр Центрального туристского района и субрегиона. * Количество визитов иностранных туристов постепенно увеличивается с течением времени, что свидетельствует об интересе иностранных посетителей к этой туристской дестинации. * Хотя туристская индустрия города понесла большие потери из-за воздействия эпидемии COVID-19, она вступает в фазу восстановления. Центральные и местные органы власти запустили множество программ и проектов, направленных на восстановление туристской отрасли города. * Правительство города приняло решение сосредоточиться на внутреннем туризме, чтобы обеспечить устойчивое развитие всей туристской отрасли. | **Угрозы**   * Индустрия туризма понесла большие потери во всех аспектах после воздействия эпидемии COVID-19. * Климат создает сезонность туристской отрасли, наиболее благоприятное время для развития туризма составляет всего 6 месяцев (с марта по август). * Крупные туроператоры не принимают участия на туристском рынке города. * Конкуренция со стороны других внутренних и региональных дестинций, которые предлагают аналогичные туристские продукты. |

Итак, вышеизложенное представляет собой общий анализ потенциала развития туризма в городе Дананг. Полученные данные свидетельствуют о выгодном географическом положении города и его значительном потенциале в отношении природных ресурсов, особенно благодаря протяженному побережью и пляжам, признанными одними из самых прекрасных в мире. На текущий момент инфраструктура города хорошо развита и готова принять как высокообеспеченных, так и массовых туристов. С другой стороны, существуют определенные препятствия, такие как ограниченный масштаб и простота экскурсионных программ, особенно в сфере культурного туризма. В сезон дождей отсутствуют досуговые мероприятия для туристов, а развлекательные заведения закрыты. Уровень расходов внутренних туристов невысок, а средняя продолжительность пребывания в городе составляет всего 2-4 дня. Ориентация исключительно на природные преимущества не позволит городу конкурировать с другими местными и региональными направлениями, предлагающими схожие туристские продукты. Туристы также испытывают недостаток разнообразия и не желают задерживаться в городе на продолжительное время. Сезонность, существенно влияющая на туристскую активность в городе, также препятствует привлечению крупных инвесторов, заинтересованных в туристской отрасли Дананга. Однако центральные и местные власти все еще придают значение потенциалу города и создают условия для поддержки развития туризма. После пандемии Covid-19 туристская индустрия города находится в стадии восстановления, и правительства всех уровней предпринимают для этого соответствующие меры, которые будут более подробно рассмотрены в следующем разделе.

## 2.2 Анализ политики и программ развития туризма города, разработанных центральными и местными органами власти

Понимая преимущества ресурсов города, правительство Дананга всегда четко ставило перед собой цель сделать туризм передовым сектором экономики с известным брендом и международной конкурентоспособностью. В частности, в последние годы, когда было принято много крупных мероприятий и политик в области туризма, как Постановление № 08-NQ / TW и Постановление № 43-NQ / TW Политбюро, туризм в Дананге получил больше стимулов и возможностей для дальнейшего развития [61,62]. Соответственно, основные направления развития города в новый период заключаются в следующем: продолжать продвигать достигнутые результаты и построить Дананг в направлении эко-урбанизма, современного, умного, интернационального и имеющего свою идентичность; развивать экономику быстро и устойчиво; сосредоточивать внимание на развитии туризма в качестве одного из трех основных столпов экономики города. При этом проводится политика приоритетного использования ресурсов, ориентация на развитие туризма и предоставление качественных услуг, связанных с курортной недвижимостью.

Правительство города Дананг выпустило множество программ действий и планов по конкретизации руководящих принципов и постановлений партии и центрального правительства по развитию туризма в городе Дананг. Цель - развитие туризма в Дананге как передового сектора экономики, что внесет важный вклад в социально-экономические преобразования города в новый период.

Таблица 8 Документы, регламентирующие политику развития туризма в городе Дананг с 2008 по 2021 гг. [Анализ по 50,51,52,56,57,58,59,60,61,62,65]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Название документа** | **Орган, издавший нормативный акт** | **Содержание** |
| 1 | Постановление № 08-NQ/TW от 16.01.2017 | Центральное Политбюро | Развивать туризм, который должен стать ключевым сектором экономики города |
| 2 | Постановление № 43- NQ/TW от 24.01.2019 | Центральное Политбюро | Политика строительства и развития города Дананг до 2030 года, видение до 2045 года, в котором туризм и услуги определены как одна из пяти областей, которым необходимо уделять приоритетное внимание для развития. «Существует политика приоритизации ресурсов, направленная на развитие ключевых направлений города: туризм и качественные услуги, связанные с курортной недвижимостью и т. д.». |
| 3 | План мероприятий № 10652/ KH-UBND от 30.12.2017 | Городской народный комитет | Конкретный план реализации Постановления Политбюро № 08-NQ/TW от 16.01.2017 |
| 4 | Программа №38- CTr/TU от 31.01.2020 | Редакция городского комитета партии Дананга | Тематический план реализации «Фокус на развитие туризма и качественных услуг, связанных с курортной недвижимостью; превращение Дананга в ведущее туристское и сервисное направление региона, город событий, международный конференц-центр»; |
| 5 | План № 7513/ KH-UBND от 16.11.2020 | Городской народный комитет | Развитие туризма Дананга в период 2021-2025 гг.; Проект реструктуризации туристской индустрии Дананга до 2025 года с ориентацией на 2030 год. |
| 6 | Указ № 69/2008/NĐ- CP от 30.05.2008 | Центральное правительство | Политика поощрения деятельности в в области образования, профессиональной подготовки, здравоохранения, культуры, спорта и окружающей среды (связанная с подготовкой кадров для индустрии туризма). |
| 7 | Указ № 39/2018/ NĐ-CP от 11.03.2018 | Центральное правительство | Политика поддержки малых и средних предприятий (всех сфер, включая туризм). |
| 8 | Постановление № 149/2018/NQ-HDND от 07.12.2018 | Городской совет | Политика поддержки процентной ставки для организаций, занимающих капитал для инвестирования в важные проекты социально-экономического развития города Дананг (в которой инвестиционные проекты в сфере туризма оцениваются следующим образом: является одним из самых влиятельных проектов). |
| 9 | Постановление № 269/2019/NQ-HDND от 12.12.2019 | Городской совет | Механизмы и политика инвестирования в строительство новых сельских районов в пригородном округе Хоаванг (город Дананг), период 2017-2020 гг. |
| 10 | Постановление № 324/2020/NQ-HDND от 09.12.2020 | Городской совет | Политика поддержки развития производства сувенирной продукции в городе Дананг. |
| 11 | Решение 48/2014/QD-UBND от 15.12.2014 | Городской народный комитет | Политика поощрения и поддержки инвестиций и развития причалов в пунктах назначения и круизных судов на маршрутах внутреннего водного туризма в городе Дананг. |
| 12 | Постановление № 328/NQ-HDND от 09.12.2020 | Городской совет | Политика поддержки стартапов. |
| 13 | Решение № 36/2016/QD-UBND от 08.11.2016 | Городской народный комитет | Политика поддержки стартапов. |
| 14 | Другие меры, связанные с туризмом, с 2014 по 2019 год. | Выдается компетентными органами города и утверждается Городском народным комитетом. | Народный комитет города Дананг утвердил 13 из 21 подразделений, участвующих в Программе развития производства туристских сувениров в городе Дананг с общим бюджетом 669,4 млн донгов; В 2020 году город признал 18 продуктов OCOP (Программа «Одна коммуна, один продукт») для продолжения поддержки производства, повышения качества упаковки, брендинга, коммуникации и потребления, связанных с туристскими услугами. |
| 15 | Меры привлечения MICE-туристов в Дананг с 2021 года | Городское правительство | Политика привлечения гостей MICE в Дананг с семью группами политик поддержки для бизнеса, тем самым привлекая и поддерживая более 1500 гостей MICE в Дананге в 2021 году. |
| 16 | Проект развития сельского, лесного хозяйства и аквакультуры в сочетании с эксплуатацией туризма и услуг в пригородном огкруге Хоаванг (город Дананг) с 2022 г. | Городское правительство | Это считается открытым механизмом для привлечения инвесторов и разработки продуктов сельскохозяйственного туризма для обслуживания туристов. |
| 17 | Проект по развитию экономических типов в ночное время в городе Дананг с 2021 года | Городской народный комитет | Сделано на основании решения премьер-министра о «Проекте развития ночной экономики во Вьетнаме». С целью создания конкурентоспособности туризма Дананга в постковидный период. |
| 18 | Официальное письмо № 4135/ UBND- SDL от 03.07.2021 в Минфин | Городской народный комитет | Предложение ряда льготных политик по налогам, сборам, сборам, конкретных механизмов снижения арендной платы за землю, политики льготных цен на электроэнергию и т. д. для содействия развитию ночной экономики. |
| 19 | Многие предлагаемые документы, рекомендации центральному правительству, Министерству культуры, спорта и туризма | Городской народный комитет | Связано с механизмами и политикой восстановления и развития туризма, включая механизмы поощрения ночного экономического развития; В то же время поступило предложение в Главное управление туризма в ближайшее время сообщить механизму о времени ночной хозяйственной деятельности. |

По результатам рассмотрения программных документов выявлено основное содержание стратегии развития и туристской политики Дананга. Полученные данные свидетельствуют о том, что Дананг сосредоточился на развитии туризма в качестве основного экономического двигателя и продвижения города как туристского направления мирового класса. Политика города направлена ​​на повышение качества туристских услуг и объектов, а также на поддержку разработки новых туристских продуктов и достопримечательностей. Среди основных видов туризма в городе выделяются пляжный туризм и высококлассный курорт; отдых, шопинг и MICE-туризм; культурно-исторический и духовный/религиозный туризм; экотуризм, общественный туризм, туризм с использованием сельскохозяйственных элементов; продукты внутреннего водного туризма.

Одним из важных направлений туристской политики Дананга является сосредоточение внимания на развитии устойчивого туризма. Стратегии городов отдают приоритет защите местной окружающей среды и культурного наследия, а также повышению качества жизни местных сообществ. Для достижения этой цели Дананг разработал ряд инициатив, в том числе создание новых парков и зеленых насаждений, сохранение исторических и культурных памятников и в то же время продвижение экологически чистого туризма.

До пандемии COVID-19 Дананг уделял большое внимание привлечению иностранных туристов и продвижению бренда города на международной арене. Дананг установил партнерские отношения с международными организациями, чтобы продвигать город как популярную туристскую дестинацию. В результате больших потерь после пандемии с целью восстановления туристской отрасли города было принято решение усилить роль внутреннего туризма.

Кроме того, пандемия повлекла за собой социальные и культурные последствия, такие как конфликты между туристами и жителями, а также между жителями и туристскими предприятиями [31,54,63]. Социальные проблемы, такие как шум, скученность, рост стоимости жизни и заторы на дорогах, регулярно сказывались на благополучии жителей [42]. Жилые районы, прилегающие к пляжам, перестраивались для строительства развлекательных заведений и мест размещения туристов, что привело к переселению жителей и появлению зон отчуждения для жителей [53]. Как указано в «Законе о земле» Вьетнама, вьетнамские жители имеют право использовать свою землю, но не могут стать собственниками этой земли [6]. Поэтому некоторые жители Дананга были вынуждены переехать в отдаленные и периферийные районы города и уступить свои земли под развитие туризма. Кроме того, быстрое и непрерывное развитие туризма будет оказывать давление на сохранение и охрану окружающей среды; проблема урбанизации может вызвать нарушение природного ландшафта. Отходы и загрязняющие природу выбросы в результате туристской деятельности также являются одной из причин изменения климата, что приводит к штормовой погоде, эрозии и береговой эрозии.

На основе изученных исследований проведен SWOT-анализ состояния политики развития туризма (таблица 9).

Таблица 9 SWOT-анализ состояния политики развития туризма в городе Дананг [Составлено автором]

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны**   * Признание важности туризма в экономическом и социальном развитии города. * Определение целевого имиджа дестинации в глазах туристов. * Определение цели в ближайшей и отдаленной перспективе для туристской отрасли города. Определение задач, которые необходимо выполнить для достижения этих целей * Имеются документы, в которых излагаются различные инициативы по развитию устойчивого туризма, включая инвестиции в туристскую инфраструктуру, популяризацию культурного и природного наследия, а также разработку продуктов и услуг. * Социально-экономическая устойчивость связана с политикой поддержки туристского бизнеса, программами обучения кадров в сфере туризма, кредитными программами для стартапов и т. д. | **Слабые стороны**   * Отсутствие конкретной методологии для выполнения поставленных задач. * Отсутствие обширных исследований воздействия туризма на окружающую среду, не осознавая потенциальные воздействия, а сосредоточивая внимание только на экологических последствиях, которые уже произошли. * Устойчивым экологическим и социально-экономическим факторам уделяется больше внимания, чем фактору культурной устойчивости. * В политике отсутствует руководство по координации между государственными органами и заинтересованными сторонами. Особенно по отношению к местному населению в вопросе охраны окружающей среды из-за вреда от туризма. * Политика развития типичных туристских продуктов по-прежнему носит общий характер, без конкретного плана реализации. |
| **Возможности**   * Устойчивое развитие и развитие устойчивого туризма является общей мировой тенденцией. Включение «устойчивости» во все направления политики соответствует долгосрочной стратегии развития Организации Объединенных Наций. * При общих целях и проблемах легче найти связи и помощь международных организаций по всему миру, что также поддерживает первую цель города — стать туристской дестинацией международного уровня. * После тяжелых потерь от эпидемии COVID-19 для всех жизни человека вопрос устойчивого развития туризма все больше волнует не только руководителей, но и общественность. | **Угрозы**   * Потенциальное воздействие на устойчивость окружающей среды, включая экономику и общество, может в любой момент стать серьезной проблемой. * Несоответствие между распоряжением и исполнением со стороны государственных органов и заинтересованных сторон может иметь непредсказуемые последствия для руководства. * Отношения между государством и народом слабы. * Не хватает инвестиций в продвижение, в то время как другие места в том же районе продвигают применение высокотехнологичных методов в маркетинге. * Неопределенность конкретного туристского продукта может утратить индивидуальность города. |

В течение последних лет было разработано значительное количество планов и мер с целью развития туристской индустрии города. Эти документы постоянно обновляются, что свидетельствует о высоком уровне внимания, уделяемого властями всех уровней развитию туризма в городе и его рассмотрении как одной из ключевых отраслей экономики. Политика, направленная на развитие туризма, оказалась частично успешной, поскольку город последовательно достигает своих целей в отношении внутренних и международных посещений. Даже в 2019 г. и в 2022 г. после пандемии COVID-19 город превысил установленные цели по туристским посещениям.

Однако следует отметить, что развитию устойчивого туризма возможно не уделяется достаточного внимания. Политические документы упоминают устойчивое развитие туризма, однако их содержание остается недостаточно конкретным и детальным. Больше внимания уделяется устойчивым экологическим и социально-экономическим аспектам; культурная устойчивость учитывается в меньшей степени. Отмечается недостаток всесторонних исследований влияния туризма на окружающую среду. Потенциальные последствия недооцениваются, поскольку фокус исследований обращен на текущие экологические проблемы. Это приводит к конфликтам между туристами и местным населением, а также между местным населением и туристскими предприятиями. Данный факт может быть связан с отсутствием эффективной коммуникации и взаимодействия между различными уровнями правительства и местным населением в сфере управления туризмом. С другой стороны, после серьезных последствий, вызванных пандемией COVID-19, оказавшей негативное влияние на все жизненные сферы, вопрос устойчивого развития туризма является как никогда актуальным, требующим внимания и серьезного рассмотрения со стороны правительственных органов.

## 2.3 Разработка набора критериев для оценки развития города Дананг как туристской дестинации

### **2.3.1 Разработка набора критериев с помощью метода интервьюирования экспертов**

До сих пор во Вьетнаме не разработано единого набора критериев, соответствующих международным стандартам, которые помогли бы оценить устойчивое развитие дестинации. Преимущество наборов критериев, установленных международными организациями, заключается в том, что они всесторонне охватывают все аспекты устойчивого туризма, но при их применении возникают серьезные препятствия из-за большого количества индикаторов, в то время как измерение и оценку этих индикаторов трудно определить. Например, набор критериев GSTC с 4 основными процессами, определяемыми 75 критериями, помог провести всестороннюю оценку устойчивого развития в дестинации, но есть множество индикаторов, которые трудно измерить, и которые не подходят под специфические особенности Вьетнама [16,55].

Для измерения качества дестинации были рассмотрены различные модели исследований туристских дестинаций и измерения качества туристских дестинаций в странах по всему миру. Принимая во внимание специфику дестинации Дананга, автор считает, что «набор критериев оценки качества туристских дестинаций», выпущенный Министерством культуры, спорта и туризма Вьетнама, является наиболее подходящим для внедрения в дестинации. Критерии в этом наборе представляют важную информацию всем заинтересованным сторонам в туристской деятельности дестинации. Однако эти критерии не были описаны конкретными значениями, которые должны быть достигнуты.

Для соответствия общей международной тенденции устойчивого развития туризма, при этом учитывая местные особенности, было принято решение разработать собственный набор критериев, основанный на GSTC и на наборе критериев, установленных Министерством культуры, спорта и туризма Вьетнама (Министерство КСиТ Вьетнам). Следует отметить, что назначение этих двух наборов критериев различно. Набор критериев GSTC направлен на оценку внедрения устойчивого развития туризма в дестинации, в то время как набор критериев Министерства КСиТ Вьетнама направлен на измерение качества дестинации. Таким образом, было принято решение разработать собственный набор критериев на основе этих двух наборов критериев с целью измерения качества дестинации Дананг с учетом факторов устойчивого развития туризма в дестинации. Набор критериев для этой цели еще достаточно нов и не изучался ни в отечественных, ни в зарубежных научных работах.

Новый набор критериев сохраняет четыре основных раздела в соответствии с концепцией GSTC. Индикаторы каждого раздела подобраны и построены по 75 критериям GSTC и 32 критериям комплекса критериев Министерства КСиТ Вьетнама. Каждый критерий будет кодироваться эквивалентным символом, например, A1, B2, где A, B — раздел, а 1,2 — порядковый номер критерия. Это облегчит создание опросника на основе этих критериев, что будет рассмотрено в следующем разделе.

Таблица 10 Авторский набор критериев для оценки устойчивого развития дестинации города Дананг [Составлено автором на 14,16]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление** |  |
|  | Критерии | Методы оценки |
| 1 | **A1**. В дестинации действует эффективная организация, департамент, группа или совет/комитет, отвечающий за скоординированный подход к устойчивому туризму. | Мнение эксперта |
| 2 | **A2** Опубликованный документ, в котором изложена текущая стратегия и план действий в дестинации. Стратегия/план четко обозначены и доступны в онлайн режиме. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **3** | **A3** Определение конкретных поддающихся количественной оценке социально экономических, культурных и экологических показателей и целей. Измерение по этим показателям, при этом результаты регистрируются и публикуются не реже одного раза в год. | Мнение эксперта |
| **4** | **A4** Поддержка и консультации по вопросам устойчивости для бизнеса, связанного с туризмом – имеется в наличии и продвигается. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **5** | **A5** Документально оформленный план уменьшения рисков, управления кризисными ситуациями и реагирования на чрезвычайные ситуации в сфере туризма в дестинации. В плане учитывается широкий спектр рисков, включая стихийные бедствия, терроризм, здоровье, истощение ресурсов и другие риски, характерные для данной местности. | Мнение эксперта |
| **6** | **A6** Воздействие количества посетителей и реализуемой деятельности выявляется посредством наблюдения и обратной связи с общественностью и заинтересованными сторонами. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
|  | **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость** |  |
| **7** | **B1** Ежегодные отчеты о прямом и косвенном экономическом вкладе туризма в дестинацию. Данные, охватывающие целый ряд показателей экономического воздействия (например, объем, расходы, занятость, инвестиции и распределение экономических выгод в дестинации) | Мнение эксперта |
| **8** | **B2** Возможности для обучения и трудоустройства, которые поощряются и используются местными жителями, включая женщин, молодежь, национальные меньшинства и инвалидов. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **9** | **B3** Инициативы по оказанию помощи местным фермерам, ремесленникам и производителям продовольствия в вовлечении их в туристскую цепочку создания добавленной стоимости. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **10** | **B4** Существуют и поощряются схемы оказания туристами поддержки местным сообществам и инициативам по устойчивому развитию. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **11** | **B5** Службы безопасности и здравоохранения хорошо скоординированы и активно работают в дестинации. | Мнение эксперта |
| **12** | **B6** Разнообразие туристских продуктов. | Опрос туристов |
| **13** | **B7** Качество туристских продуктов. | Опрос туристов |
| **14** | **B8** Разумный уровень цен на туристские продукты и услуги. | Опрос туристов |
| 15 | **B9** Уровень удовлетворенности посетителей. | Опрос туристов |
|  | **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** |  |
| **16** | **C1** У дестинации разработана политика и система для оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей, в том числе построенное (архитектурное) наследие и культурные ландшафты. | Мнение эксперта |
| **17** | **C2** Дестинация поддерживает прославление и защиту нематериального культурного наследия, включая местные традиции, искусство, музыку, язык, гастрономию и другие аспекты местной идентичности и самобытности. | Мнение эксперта |
| **18** | **C3** Мониторинг потоков посетителей и их воздействия на культурные объекты, а также информирование о результатах мониторанга по всей дестинации. | Мнение эксперта |
| **29** | **C4** В дестинации действует система, способствующая защите и сохранению прав интеллектуальной собственности местных сообществ и отдельных лиц. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **20** | **C5** Кодекс практики для туроператоров и гидов и/или других видов взаимодействия с ними по вопросам управления посетителями на территории культурных объектов. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| 21 | **C6** Предоставляется достоверный объяснительный материал, который информирует посетителей о значении культурных и природных аспектов посещаемых ими объектов. | Опрос туристов |
| **22** | **C7** Обеспечивается безопасность и порядок в дестинации при проведении туристской деятельности. | Опрос туристов  Опрос местных жителей |
| **23** | **C8** Удовлетворенность местного сообщества туристской деятельностью. | Опрос местных жителей |
|  | **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость** |  |
| **24** | **D1** В дестинации существует система мониторинга, измерения и реагирования воздействия туризма на окружающую среду, сохранения среды обитания, биологических видов и экосистем, а также предупреждения внедрения и распространения видов, представляющих угрозу. | Мнение эксперта |
| **25** | **D2** Мониторинг потоков посетителей и их воздействия на природные объекты с распространением результатов по всей дестинации. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей |
| **26** | **D3** В дестинации есть целевые показатели по снижению энергопотребления, повышению эффективности его использования, а также увеличению использования возобновляемых источников энергии. Цели в области потребления энергии публикуются и пропагандируются. | Мнение эксперта |
| **27** | **D4** Программа мониторинга качества воды. Информация для посетителей о качестве местной питьевой воды, чтобы стимулировать использование в качестве альтернативы бутилированной воде. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей Опрос туристов |
| **28** | **D5** Программа мониторинга отходов с опубликованными результатами и целевыми показателями. Скоординированная кампания / консультации/поддержка совместно с туристскими предприятиями по вопросам обращения с отходами, включая пищевые отходы. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей Опрос туристов |
| **29** | **D6** Инвестиции в более устойчивую транспортную инфраструктуру, включая общественный транспорт и транспортные средства с низким уровнем выбросов. | Мнение эксперта  Опрос местных жителей Опрос туристов |
| **30** | **D7** Качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) в туристских зонах и достопримечательностях. | Опрос местных жителей Опрос туристов |
| **31** | **D8** Информация об охране окружающей среды, которую получают туристы при участии в туристской деятельности в дестинации. | Опрос туристов |

Критерии нового набора предлагаются с учетом критериев подобия между двумя наборами базовых критериев. Критерии, которые имеют почти одинаковое содержание, будут объединены в один или опущены, чтобы обеспечить краткость и простоту понимания критериев, но при этом будут иметь необходимое содержание. Критерии, которые трудно определить по конкретным индикаторам, также будут опущены. Этот новый набор критериев позволит устранить недостатки двух базовых наборов критериев, то есть будет включать меньшее количество критериев, но по-прежнему будет иметь достаточное содержание для комплексной оценки качества дестинации с учетом факторов устойчивого развития туризма в дестинации. Критерии, выбранные для включения в перечень, также рассматривались с точки зрения способности измерять их конкретными индикаторами, чтобы избежать двусмысленности и неопределенности.

Набор критериев был исследован с помощью качественных методов путем интервьюирования экспертов в сфере туризма. Пять опрошенных экспертов, включая исследователей и менеджеров, имеют многолетний опыт работы в индустрии туризма в Дананге. Целью данного исследования является проверка и дополнение критериев, разработанных на основе анализа литературы. Метод интервью – глубинные интервью с экспертами по подготовленным сценариям [Приложение 1], каждое интервью длится около 30-45 минут в виде видеозвонка через платформу Google Meet.

Результаты интервью с экспертами свидетельствуют о том, что для города Дананг не было разработано индивидуального набора критериев, что является актуальным, особенно в нынешних условиях, когда негативное воздействие пандемии COVID-19 на окружающую среду очевидно. Выбор наборов критериев от GSTC и Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама в качестве основы для разработки набора индивидуальных критериев для города вполне оправдан. В настоящее время GSTC является одной из ведущих престижных организаций в области развития устойчивого туризма, и цели, которые они ставят, являются долгосрочными стратегическими. Кроме того, использование набора критериев Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама также соответствует указанию центрального правительства. Эксперты полагают, что количество участников опроса можно расширить, включив в него туристские и гостиничные предприятия или местных жителей, работающих в индустрии туризма, а также разработать большее количество критериев и вопросов, которые соответствовали бы для данных целевых групп. Текущий Закон об интеллектуальной собственности для туризма Вьетнама является довольно новым и возможно не очень подходящим, поскольку туристские продукты Вьетнама не отличаются особой уникальностью, в них не так много новинок или творений конкретных лиц или организаций. Тем не менее, в данной работе этот критерий будет сохранен, так как с большим потенциалом развития туризма Вьетнама в целом и города в частности, будет появляться много новых инициатив, способствующих развитию туризма, поэтому роль Закона об интеллектуальной собственности является важной и должна быть учтена уже сейчас.

Таким образом, новый набор критериев включает в себя 4 основных раздела с 31 критерием.

### **2.3.2 Разработка анкеты и методы оценки ее надежности**

После получения согласия от экспертов по содержанию набора критериев, а также по тому, кто будет оценивать каждый критерий, разработаны три авторские анкеты для следующих групп респондентов: эксперты, туристы и местные жители. Респондентам будет предложено оценить каждый критерий по 5-уровневой шкале Лайкерта [27].

Анкета для экспертов включает 22 вопроса и информация экспертов представлена ​​в приложение 2. Эти 22 вопроса представляют собой 22 критерия, выбранных из 31 критерия авторского набора критериев. Эксперты должны оценить, соответствует ли политика развития туризма Дананга этим критериям. Оценка каждого критерия проводится по 5-ной шкале, где: 1. Очень плохо 2. Не плохо/нормально 3. Хорошо 4. Вполне хорошо 5. Очень хорошо. Текстовый файл, содержащий содержание анкеты, был отправлен экспертам по электронной почте для получения их ответов.

Туристы и местные жители оценят, как город Дананг реализует критерии устойчивого развития туризма на практике. Степень удовлетворенности респондентов оценивается так же по 5-ной шкале, где: 1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрально 4. Вполне согласен 5. Полностью согласен.

В отличие от анкеты для экспертов, критерии в анкете для туристов и местных жителей представлены в виде конкретных вопросов. Местными жителями считаются те здесь являются именно те, кто прожил в Дананге более 20 лет. Опрос туристов и местных жителей проводился с помощью гугл-форм. Ссылка на гугл-форму опроса размещена на двух сообществах социальной сети Facebook, являющейся в настоящее время самой популярной во Вьетнаме. 1-ое сообщество - «Дананг — это дом», целевой группой которого являются люди, родившиеся и выросшие в Дананге. 2-ое сообщество - «Ассоциация людей, которые любят путешествовать в Дананг», предназначенное для людейсо всего мира, разделяющие общие интересы к путешествию в Дананг.

**Анкета для туристов и местных жителей**

*Часть I: Общий опрос:*

1. Ваш пол:

• Мужской

• Женский

1. Возраст:

• 20-40

• 41-60

• Старше 60 лет

1. Национальность

• Вьетнамцы

• Другие национальности

1. Ваш статус работы

• Учусь (студенты, магистры, ...)

• Работаю во время учебы

• Работаю

• На пенсии

1. Ваш доход в месяц

• Менее 500 долларов

• 500 – 1000 долларов

• 1000-5000 долларов

• более 5000 долларов

1. Вы когда-нибудь ездили в город Дананг (Вьетнам)?:

• Да

• Еще нет

1. Вы когда-нибудь путешествовали по Вьетнаму помимо города Дананг? Если да, запишите несколько названий:

• Еще нет

• Да, это:

1. Если дестинацией является город Дананг, вы:

• Туристы

• Местные жители

1. Если вы турист, ответьте на часть II, если вы местный житель, то ответьте на часть III.

**Часть II: Изучение отношения туристов к туризму в дестинации: Город Дананг**

Таблица 11 Анкета для туристов [Составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление** |  | Методы оценки: Опрос туристов | | | | |
| Критерии | Вопросы, помогающие определить критерии | Отметьте (х) тот вариант, который вы считаете наиболее правильным, наиболее подходящим.  **1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрально 4. Вполне согласен 5. Полностью согласен** | | | | |
| **A6** Воздействие количества посетителей и реализуемой деятельности выявляется посредством наблюдения и обратной связи с общественностью и заинтересованными сторонами. | Я никогда не чувствовал подавляющего количества туристов в пункте назначения. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость** | | | | | | |
| **B6** Разнообразие туристских продуктов | Туристские продукты в городе разнообразны и привлекательны, в том числе: |  | | | | |
| а. Разнообразные развлекательные заведения (множество парков развлечений, крытых игровых площадок, кинотеатров, торговых центров и т.д.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| б. В городе проходят различные арт-перформансы. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| в. Множество программ для посещения природных и культурных ценностей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B7** Качество туристских продуктов | Оцените отдельно:  a. Современное и качественное развлекательное оборудование | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| б. Квалифицированный, дружелюбный, увлеченный персонал | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| в. Удобства в ресторане и отеле хорошие, чистые, я доволен | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B8** Разумный уровень цен на туристские продукты и услуги | Я доволен ценой, которую я плачу за услуги, связанные с туризмом в городе Дананг | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B9** Уровень удовлетворенности посетителей | В целом, я очень доволен своим путешествием по городу Дананг. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** | | | | | | |
| **C6** Предоставляется достоверный объяснительный материал, который информирует посетителей о значении культурных и природных аспектов посещаемых ими объектов. | Оцените отдельно:  а. Я вижу указатели в туристских зонах, полные информации на разных языках. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| б. Были предоставлены аудиогиды или какие то материалы, которые помогли мне хорошо понять достопримечательности. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C7** Обеспечивается безопасность и порядок в дестинации при проведении туристской деятельности. | Я чувствую, что в пункте назначения безопасно | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость** | | | | | | |
| **D4** Программа мониторинга качества воды. Информация для посетителей о качестве местной питьевой воды, чтобы стимулировать использование в качестве альтернативы бутилированной воде. | Меня проинформировали об экономии воды в пункте назначения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D5** Программа мониторинга отходов с опубликованными результатами и целевыми показателями. Скоординированная кампания / консультации/поддержка совместно с туристскими предприятиями по вопросам обращения с отходами, включая пищевые отходы. | Я проинформирован о надлежащей утилизации отходов | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D6** Инвестиции в более устойчивую транспортную инфраструктуру, включая общественный транспорт и транспортные средства с низким уровнем выбросов. | Я доволен качеством транспортной инфраструктуры. Автомобили с низким уровнем выбросов | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D7** Качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) в туристских зонах и достопримечательностях. | Качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) в туристских зонах дестинации хорошее, я чувствую себя комфортно. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D8** Информация об охране окружающей среды, которую получают туристы при участии в туристской деятельности в дестинации | Я получил пропаганду об охране окружающей среды в пункте назначения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Часть III: Изучение отношения местных жителей к туризму в дестинации: Город Дананг**

Таблица 12 Анкета для местных жителей [Составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление** |  | Методы оценки: | | | | |
| Критерии | Вопросы, помогающие определить критерии | Отметьте (х) тот вариант, который вы считаете наиболее правильным, наиболее подходящим.  **1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрально 4. Вполне согласен 5. Полностью согласен** | | | | |
| **A2** Опубликованный документ, в котором изложена текущая стратегия и план действий в дестинации. Стратегия/план четко обозначены и доступны в онлайн режиме | Легкий поиск и доступ к стратегиям развития туризма городского правительства | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A4** Поддержка и консультации по вопросам устойчивости для бизнеса, связанного с туризмом – имеется в наличии и продвигается. | Существует много информации о программах поддержки или консультирования предприятий, связанных с устойчивым туризмом, таких как конференции, семинары. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A6** Воздействие объемов посетителей и деятельности выявляется посредством наблюдения и обратной связи с общественностью и заинтересованными сторонами. | Я имею право давать обратную связь или рекомендации городскому правительству или властям, если возникают какие-либо проблемы, связанные с туристской деятельностью туристов. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость** | | | | | | |
| **B2** Возможности для обучения и трудоустройства, которые поощряются и используются местными жителями, включая женщин, молодежь, меньшинства и инвалидов. | Существует множество программ профессиональной подготовки или курсов профессионального обучения в индустрии туризма для местного населения, включая женщин, представителей меньшинств и людей с ограниченными возможностями. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B3** Инициативы по оказанию помощи местным фермерам, ремесленникам и производителям продовольствия в вовлечении их в туристскую цепочку создания добавленной стоимости. | В городе действуют программы поддержки занятости в индустрии туризма для фермеров, ремесленников и производителей продуктов питания. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B4** Существуют и поощряются схемы оказания туристами поддержки местным сообществам и инициативам по устойчивому развитию. | Действуют программы, побуждающие местных жителей выдвигать инициативы по обеспечению социально-экономической и экологической устойчивости с целью снижения неблагоприятного воздействия туризма. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** | | | | | | |
| **C4** В дестинации существует система, способствующая защите и сохранению прав интеллектуальной собственности местных сообществ и отдельных лиц. | Законы и системы о правах интеллектуальной собственности распространяются в сообществе лиц и организаций, вовлеченных в индустрию туризма. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C5** Кодекс практики для туроператоров и гидов и/или других видов взаимодействия с ними по вопросам управления посетителями на территории культурных объектов. | Имеется кодекс практики для туристских агентств и гидов и / или другие формы взаимодействия с ними по управлению посетителями культурных объектов. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C7** Ситуация с безопасностью и порядком в дестинации при проведении туристской деятельности. | Я чувствую, что ситуация с безопасностью и порядком в туристских достопримечательностях хорошо контролируется и не влияет на мою повседневную жизнь. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C8** Удовлетворенность местного сообщества туристской деятельностью. | Я очень доволен текущим состоянием туристской деятельности в городе. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость** | | | | | | |
| **D4** Программа мониторинга качества воды. Информация для посетителей о качестве местной питьевой воды, чтобы стимулировать использование в качестве альтернативы бутилированной воде. | Для туристов имеется пропагандистская информация по охране воды.. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D5** Программа мониторинга отходов с опубликованными результатами и целевыми показателями. Скоординированная кампания / консультации/поддержка совместно с туристскими предприятиями по вопросам обращения с отходами, включая пищевые отходы. | На территории города имеются пропагандистская информация и инструкции по обращению с отходами для туристов и туристских предприятий. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D6** Инвестиции в более устойчивую транспортную инфраструктуру, включая общественный транспорт и транспортные средства с низким уровнем выбросов. | Состояние транспортных объектов вызывает большую озабоченность городских властей, особенно в вопросе выбросов от общественного транспорта. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D7** Качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) в туристских зонах и достопримечательностях. | Качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) в туристских зонах города хорошее, не влияет на мою повседневную жизнь. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Критерии в анкетах туристов и местных жителей определены в виде сформулированных вопросов. Для проверки непротиворечивости и согласованности данных между этими вопросами будет использоваться коэффициент альфа Кронбаха — способ измерения внутренней согласованности анкеты или опроса [44]. Полученные результаты будут обработаны с помощью специализированной статистической программы «SPSS» [39]. Данные ответов фиксируются в виде матрицы и затем вводятся в программу: одна строка обозначает одного человека (один «случай»), один столбец обозначает один вопрос теста с результатами по каждому человеку. Программа высчитывает коэффициенты корреляции между вопросами, затем по формуле высчитывается альфа Кронбаха. Чтобы данные анкеты считались достоверными, полученный коэффициент корреляции должен превышать значение 0,3, а коэффициент альфа Кронбаха должен быть 0,7 или выше.

Интерпретация коэффицента альфы Кронбаха:

[0,9; 1] Очень хорошее.

[0,8; 0,9) Хорошее.

[0,7; 0,8) Достаточное.

[0,6; 0,7] Сомнительное.

[0,5; 0,6) Плохое.

(0; 0,5) Недостаточное.

Ряд исследователей утверждает, что значения 0,6 или выше могут использоваться в тех случаях, когда в контексте исследования измеряемое понятие является новым в том числе для респондентов (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995) [39]. В данной работе авторский набор критериев является новым, поэтому при коэффициенте альфа-Кронбаха больше 0,6 его можно использовать.

**Выводы**

В данной главе проведен анализ туристских ресурсов города Дананг, а также изучена ситуация с развитием туризма до и после пандемии COVID-19, проанализированы документы, регламентирующие политику развития туризма. Проведено два SWOT-анализа с целью выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, с которыми сталкивается туристская индустрия города. В результате было установлено, что город осознает свои сильные стороны в развитии туризма и успешно использует их, однако пренебрегает существующими ограничениями, для которых еще не разработаны конкретные меры по их преодолению. Вопрос устойчивого развития туризма присутствует в планах развития города, но его содержание остается недостаточным, и должного внимания ему не уделяется. Если в приоритет ставить только лишь развитие туризма, игнорируя аспект устойчивости, то это может создать серьезную угрозу для процветающей туристской дестинации, такой как Дананг.

На основе теоретической базы, представленной в главе 1, был разработан набор критериев для оценки качества туристских направлений в Дананге с учетом устойчивости. Этот набор критериев был подвергнут проверке путем проведения глубинных интервью с экспертами в сфере туризма. Затем на основе этого набора критериев были созданы три анкеты для трех категорий респондентов: экспертов, туристов и местных жителей. На данном этапе разработаны конкретные описательные значения для каждого критерия, чтобы обеспечить ясность для респондентов. Результаты анкетирования будут проанализированы в следующей главе, и на основе этих результатов будут предложены соответствующие решения.

# **Глава 3 Предлагаемые направления устойчивного развития города Дананг как туристской дестинации**

## 3.1 Оценка туристами, местными жителями и экспертами достижения критериев устойчивого развития Дананга как туристской дестинации

### **3.1.1 Результаты оценки анкеты с помощью коэффициента альфа Кронбаха**

Опрос был размещен в двух сообществах социальной сети Facebook и длился в течение двух месяцев. В результате было получено 178 ответов, среди которых 100 ответов от местных жителей города Дананг и 78 ответов от туристов. Из 78 туристов, принявших участие в опросе, 30 являются иностранными туристами. Статистические результаты выборок в рамках проведенного опроса представлены в таблице 13.

Таблица 13 Статистические результаты выборок [Составлено автором]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание выборки | Информация выборки | Частота | Соотношение (%) |
| Пол | Мужской | 70 | 39,3 |
| Женский | 108 | 60,7 |
| Всего | 178 | 100 |
| Возраст: | 20-40 | 102 | 57,3 |
| 41-60 | 68 | 38,2 |
| Старше 60 лет | 8 | 4,5 |
| Всего | 178 | 100 |
| Национальность | Вьетнамцы | 148 | 83,2 |
| Другие национальности | 30 | 16,8 |
| Всего | 178 | 100 |
| Статус работы | Учусь (студенты, магистры, ...) | 33 | 18,5 |
| Работаю во время учебы | 45 | 25,3 |
| Работаю | 77 | 43,2 |
| На пенсии | 23 | 13 |
| Всего | 178 | 100 |
| Среднемесячный доход | Менее 500 долларов | 66 | 37,1 |
| 500 – 1000 долларов | 70 | 39,3 |
| 1000-5000 долларов | 42 | 23,6 |
| более 5000 долларов | 0 | 0 |
| Всего | 178 | 100 |
| Вы когда-нибудь ездили в город Дананг (Вьетнам)? | Да | 178 | 100 |
| Еще нет | 0 | 0 |
| Всего | 178 | 100 |
| Вы когда-нибудь путешествовали по Вьетнаму помимо города Дананг? | Еще нет | 25 | 14 |
| Да, это: | 153, Ханой, Хошимин, Нячанг, Фукуок, Хойан и т.д. | 86 |
| Всего | 178 | 100 |
| Если дестинацией является город Дананг, вы: | Туристы | 78 | 43,8 |
| Местные жители | 100 | 56,2 |
| Всего | 178 | 100 |

Из статистических результатов видно, что основными характеристиками выборки исследования являются следующие:

Относительно пола: из 187 опрошенных мужчин ответило 70 (что составляет 39,3%), женщин - 108 (что составляет 60,7%). В соответствии с полученными данными, показатель полового различия в выборке исследования достаточно высок (возможно, это связано с тем, что женщины охотнее принимают участие в социальных опросах, нежели мужчины).

Относительно возраста: более половины участников опроса относятся к возрастной группе 20-40 лет (57,3%). Именно данную возрастную категорию возможность путешествий привлекает в большей степени.

Относительно статуса работы: на работающее население приходится самый высокий показатель - 43,2%, за ними следуют те, кто учится во время работы - 25,3%, только учится - 18,5% и выходит на пенсию - 13%.

Относительно среднемесячного дохода: большинство опрошенных имеет доход 500-1000 долларов США - 76,4%. Доля тех, чей доход от 1000 до 5000 долларов США, составляет 23,6%. Среди респондентов отсутствует те, чей средний доход превышает 5000 долларов США в месяц.

100% респондентов когда-либо ездили в Дананг, 86% из них, помимо Дананга, посещали другие места во Вьетнаме. Значимыми регионами, упомянутыми участниками опроса, были: Ханой, Хошимин, Нячанг, Фукуок и Хойан.

Как описано в главе 2, коэффициент альфа Кронбаха представляет собой статистическую проверку того, насколько тесно коррелируют друг с другом вопросы анкеты. Каждый раздел в каждой анкете был протестирован с использованием данного коэффициента, при этом следует отметить, что тестировались только те разделы, в содержании которых было более 1 вопроса [Приложение 3,4]. Результаты анализа коэффициента альфа Кронбаха для вопросов о качестве туристских дестинаций Дананга с учетом факторов устойчивости описаны в таблицах 14,15.

Таблица 14 Тестирование надежности анкеты для туристов с помощью коэффициента альфа Кронбаха [Составлено автором]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вопросы | Коэффициент корреляции | Коэффициент альфа Кронбаха |
| **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость**  (Cronbach’s alpha = 0.833) | | |
| B6a | .513 | .821 |
| B6b | .564 | .814 |
| B6c | .672 | .800 |
| B7a | .654 | .801 |
| B7b | .632 | .804 |
| B7c | .631 | .805 |
| B8 | .477 | .824 |
| B9 | .374 | .839 |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** (Cronbach’s alpha = 0.836) | | |
| C6a | .803 | .663 |
| C6b | .844 | .628 |
| C7 | .483 | .971 |
| **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость**  (Cronbach’s alpha = 0.783) | | |
| D4 | .635 | .718 |
| D5 | .521 | .755 |
| D6 | .630 | .718 |
| D7 | .536 | .750 |
| D8 | .476 | .770 |

Таблица 15 Тестирование надежности анкеты для местных жителей с помощью коэффициента альфа Кронбаха [Составлено автором]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Переменные исследования | Коэффициент корреляции | Коэффициент альфа Кронбаха |
| **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление**  (Cronbach’s alpha = 0.704) | | |
| A2 | .541 | .691 |
| A4 | .511 | .641 |
| A6 | .534 | .601 |
| **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость**  (Cronbach’s alpha = 0.718) | | |
| B2 | .508 | .667 |
| B3 | .636 | .618 |
| B4 | .499 | .705 |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** (Cronbach’s alpha = 0.735) | | |
| C4 | .546 | .669 |
| C5 | .496 | .701 |
| C7 | .508 | .688 |
| C8 | .590 | .648 |
| **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость**  (Cronbach’s alpha = 0.796) | | |
| D4 | .494 | .804 |
| D5 | .666 | .717 |
| D6 | .686 | .705 |
| D7 | .597 | .751 |

Результаты тестирования надежности опросников качества туристской дестинации Дананга показали, что коэффициент корреляции превышает 0,3, поэтому все значения принимаются. Коэффициент альфа Кронбаха всех вопросов составляет от 0,6 или выше, что доказывает, что эти вопросы анкеты подходят для анализа и измерения.

### **3.1.2 Анализ перспектив развития туризма в городе Дананг по результатам опроса**

После доказательства надежности анкет на основе ответов участников опроса был проведен качественный анализ. Основной задачей экспертов было оценить достижения критериев с точки зрения политики развития туризма города. Результаты экспертного опроса рассчитаны путем сложения общего балла, выставленного 5 экспертами по каждому критерию, который представлен в Приложении 1. В результате анализа критериев с наивысшими и наименьшими баллами, учитывая комментарии экспертов, были выявлены следующие основные моменты.

**Результаты опроса экспертов.** Что касается устойчивого управления, то в настоящее время не существует организации, департамента, группы или совета/комитета, отвечающего за вопросы, связанные с развитием устойчивого туризма. Существуют такие организации как природоохранный совет с обязанностями, связанными с охраной дикой природы, комитет, отвечающий за обеспечение рабочих мест для людей, и департамент, отвечающий за мониторинг экономических показателей, которые индустрия туризма привносит в общую экономику города. Однако конкретная организация, которая учитывала бы специфику работы всех трех направлений, в настоящее время отсутствует. Имеются опубликованные стратегии развития туризма, однако они имеют множество версий, которые не систематизированы. В качестве положительного момента отмечается наличие конкретных социально-экономических, культурных и экологических показателей и целей, поддающихся количественной оценке. В сфере обеспечения устойчивости предлагаются поддержка и консультации для предприятий, связанных с туризмом. Обратная связь, получаемая от местных жителей, в планах развития всегда на первом месте. В частности, имеется оформленный план уменьшения рисков, управления кризисными ситуациями и реагирования на чрезвычайные ситуации в сфере туризма в дестинации. Данный критерий был высоко оценен экспертами - 22/25 баллов [см. критерий А5 в приложении 2].

С точки зрения социально-экономической устойчивости высокая оценка связана с тем, что в дестинации предлагаются возможности для обучения и трудоустройства, которые поощряются и используются местными жителями, включая женщин, молодежь, меньшинства и инвалидов - 22/25 баллов [см. критерий В2 в приложении 2]. Разработка пограмм, мотивирующих людей проявлять инициативы, которые могли бы способствовать устойчивому развитию дестинации, была оценена невысоко - 9/25 баллов [см. критерий В4 в приложении 2].

С точки зрения культурной устойчивости, критерии, получившие высокую оценку, включают следующие пункты: у дестинации есть политика и система для оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей, дестинация поддерживает прославление и защиту нематериального культурного наследия - 20,21/25 баллов [см. критерии С1,2,5 в приложении 2]. Однако влияние потока посетителей на культурные объекты еще не определено конкретными показателями для измерения и мониторинга. Законы о правах интеллектуальной собственности сообществ и отдельных лиц также отсутствуют в политике развития туризма дестинации - 6/25 баллов [см. критерий С4 в приложении 2].

В плане экологической устойчивости, учитывая оценки экспертов, есть одно общее - большинство критериев изложено в планах развития, но только в целях мониторинга, и конкретные превентивные меры пока не предусмотрены. Например, пункт «в дестинации существует система мониторинга, измерения воздействия туризма на окружающую среду, сохранения среды обитания, биологических видов и экосистем, но нет превентивных мер для предотвращения возникновения этих проблем в будущем» - получил 15/25 баллов [см. критерий D1 в приложении 2]. Показатели по обращению с отходами не диверсифицированы. Не существует консультационной программы для предприятий по обращению с отходами, например: отсутствуют меры по разделению отходов у источника для туристских предприятий ипо обращению с отходами, которые менее вредны для окружающей среды. С другой стороны, также отмечены преимущества в политике поддержания экологической устойчивости, такие как наличие конкретной политики по целям по сокращению потребления энергии, план инвестиций в общественные велосипеды, ликвидация старых автобусов, которые выбрасывают слишком много вредных веществ - получили 19,18/25 баллов [см. критерии D3,6 в приложении 2].

Туристы и местные жители оценивали критерии, исходя из субъективно воспринимаемой ими ситуации. Их спрашивали о согласии с критериями, установленными по шкале от 1 до 5: 1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрально 4. Вполне согласен 5. Полностью согласен. Был проведен анализ каждого критерия на основе процента выбора респондентов и выделены следующие основные моменты.

**По оценке туристов**, город небогат туристскими продуктами. Количество рекреационных объектов, в основном крытых, они довольно заурядные. Фактически в городе есть только одна масштабная крытая развлекательная зона и два крупных торговых центра. Арт-перформансы также очень немногочисленны и труднодоступны. Мероприятия доступны только в крупных туристских зонах и представлены в рамках программы осмотра достопримечательностей, и для посещения которых туристы должны приобретать билеты. Программы посещения природных и культурных достопримечательностей оцениваются на среднем уровне, т.е. не очень плохо, но и не отлично.

Рисунок 6 Процент ответов на вопрос: «турпродукты в городе Дананг» [Составлено автором]

41% туристов ответили нейтрально на вопрос о разнообразии туристских продуктов, 19% выбрали вполне разнообразный, но до 26% выбрали несогласие с разнообразием туристских продуктов в городе. В качестве минуса данный показатель свидетельствует о том, что в долгосрочной перспективе это может вызвать у туристов чувство однообразия при выборе Дананга в качестве туристского направления. При этом с точки зрения стоимости большинство туристов чувствуют себя удовлетворенными, поэтому при рассмотрении соотношения между качеством турпродукта и его ценой 61% туристов выбрали уровень 4 - вполне согласен.

Для критериев, связанных с устойчивостью, выявлены следующие недостатки. Туристы чувствуют, что они ограничены в доступе к культурным ценностям дестинации, так как места назначения не обеспечены устными аудиогидами или пояснительными материалами о живописных местах, особенно для самостоятельных путешественников. На вопрос на ту же тему 39% респондентов ответили нейтрально, а 31% выбрали «не согласен» [рисунок 7].

Рисунок 7 Процент ответов на вопрос: «Были предоставлены аудиогиды или какие то материалы, которые помогли мне хорошо понять достопримечательности.» [Составлено автором]

Что касается работы по обеспечению экологической устойчивости в дестинации, то здесь также выявляется ряд недостатков. Хотя текущее качество окружающей среды (вода, почва, воздушная среда) оценивается как хорошее, большинство туристов отмечают, что они испытывают недостаток информации о водоохранных зонах и экологической сфере в целом. На вопрос: «Я получил пропаганду об охране окружающей среды в пункте назначения». 46% туристов выбрали «нейтрально» и 17% выбрали «не согласен» [рисунок 8]. Можно сказать, что эта пропагандистская информация недостаточно сильна, чтобы произвести глубокое впечатление на туристов.

Рисунок 8 Процент ответов на вопрос: «Я получил пропаганду об охране окружающей среды в пункте назначения» [Составлено автором]

**По оценке местных жителей города Дананг,** им трудно получить доступ к стратегиям развития туризма или политике городских властей, в основном потому, что они не могут определить, какой источник является основным для ознакомления. Они также имеют недостаточно информации о программах поддержки или консультациях для предприятий, связанных с устойчивым туризмом. Отвечая на вопрос о том, могут ли они дать обратную связь органам власти при возникновении проблем, связанных с туристской деятельностью, 48% люди выбрали «не согласен» и 33% выбрали «нейтрально» [рисунок 9].

Рисунок 9 Процент ответов на вопрос: «Я имею право давать обратную связь/рекомендации городскому правительству, если возникают какие-либо проблемы, связанные с туризмом.» [Составлено автором]

В результатах также отмечено отсутствие программ, побуждающих жителей к участию в инициативах по обеспечению устойчивого развития туризма. 40 процентов респондентов заявили, что не получали эту информацию. Больше всего беспокоит то, что закон и система о правах интеллектуальной собственности все еще очень новы для людей, почти половина респондентов - 45% сказали, что знают об этом законе, но не знают, что он применяется в местной политике туризма [Приложения 6].

Вопрос «Я чувствую, что ситуация с безопасностью и порядком в туристских достопримечательностях хорошо контролируется и не влияет на мою повседневную жизнь» показал довольно интересные результаты, когда количество ответов делится поровну между баллами. 39% респондентов выбрали «Нейтрально», 31% выбрали «Не согласен», только 14% выбрали «Вполне согласен» [рисунок 10] Это доказывает, что управление ситуацией с безопасностью в туристских местах с точки зрения жизни местных жителей осуществляется неравномерно.

Рисунок 10 Процент ответов на вопрос: «Я чувствую, что ситуация с безопасностью и порядком в туристских достопримечательностях хорошо контролируется и не влияет на мою повседневную жизнь.» [Составлено автором]

В вопросе удовлетворенности местного сообщества туристской деятельностью больше всего ответов получены по баллам 2 и 3, 41% люди выбрали «не согласен» и 32% выбрали «нейтрально», что демонстрирует не совсем положительную оценку [рисунок 11].

Рисунок 11 Процент ответов на вопрос: «Я очень доволен текущим состоянием туристской деятельности в городе.» [Составлено автором]

Для оценок критериев экологической устойчивости выявленные результаты аналогичны результатам оценки туристов, в соответствии с которыми текущее качество окружающей среды (чистая вода, воздух, мусор, шум) оценивается положительно, однако доступность информации по охране вод и вывозу мусора для туристов пока слаба, что в долгосрочной перспективе будет представлять потенциальную опасность для туристской экологии дестинации.

После анализа результатов опросов, и в сочетании с результатами исследования, полученными при рассмотрении туристского потенциала города и текущей политики развития туризма, представленных в главе 2, достижения и основные проблемы, которые существуют в устойчивом развитии дестинации, сводятся в таблице 16:

Таблица 16: достижения и проблемы в устойчивом развитии туризма города Дананг [Составлено автором]

|  |  |
| --- | --- |
| **ДОСТИЖЕНИЯ** | **ПРОБЛЕМЫ** |
| **В сфере устойчивого управления** | |
| * Существует определение конкретных поддающихся количественной оценке социально экономических, культурных и экологических показателей и целей, а также возможность их измерения. Результаты регистрируются и публикуются не реже одного раза в год. * Существует оформленный план уменьшения рисков, управления кризисными ситуациями и реагирования на чрезвычайные ситуации в сфере туризма в дестинации. * Поток туристов в туристических зонах остается эффективно контролируемым. Жалоб от туристов, принимающих участие в мероприятиях в данной туристской дестинации, не поступает. | - В дестинации отсутствует организация, департамент, группа или совет/комитет, отвечающие за скоординированный подход к устойчивому туризму.  - Связь между государственными органами и народом слабы. Со стороны государства предусмотрен механизм получения обратной связи от местного сообщества относительно воздействия туристской активности на окружающую среду, однако местные жители сообщили о затруднениях в предоставлении обратной связи властям. Это проявляется в том, что они либо не знают, как оставлять обратную связь, либо их обратная связь была предоставлена, но не была рассмотрена и учтена. Это свидетельствует о низком уровне взаимодействия между правительством и местным населением. |
| **В сфере социально-экономической устойчивости** | |
| * Составляются ежегодные отчеты о прямом и косвенном экономическом вкладе туризма в дестинацию. * Имеются возможности для обучения и трудоустройства, которые поощряются и используются местными жителями, включая женщин, молодежь, национальные меньшинства и инвалидов. Существует множество программ поддержки для фермеров или ремесленников, желающих участвовать в туристической деятельности для увеличения своего дохода. * Качество туристских продуктов с учетом их цены оценивается положительно. | - Туристский продукт в городе не разнообразен и не привлекателен, а также зависит от сезонности туризма.  - Роль местного населения в устойчивом развитии туристских направлений не учитывается должным образом. |
| **В сфере культурной устойчивости** | |
| * У дестинации разработана политика и система для оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей. * Дестинация поддерживает прославление и защиту нематериального культурного наследия | - Законы о правах интеллектуальной собственности сообществ и отдельных лиц отсутствуют в политике развития туризма дестинации.  - Культурный фактор в туристском продукте города все еще слаб. |
| **В сфере экологической устойчивости** | |
| * Качество окружающей среды в туристских зонах дестинации (включая чистоту воды, состояние воздуха, управление отходами и уровень шума) оценивается положительно. * У дестинации имеется конкретная политика, нацеленная на достижение целей сокращения энергопотребления. | - Информации об охране окружающей среды в дестинации для туристов недостаточно.  - Меры по охране окружающей среды, предложенные местными властями, не являются комплексными. Вместо разработки превентивных мер, способных предотвратить будущие проблемы, внимание сосредоточено на решении уже возникших проблем. |

Итак, в проведенных опросах для экспертов преимущественно важным было оценить политику, тогда как для туристов и местных жителей фокус смещался на реализацию этой политики в городе. В следующем разделе будут разработаны рекомендации по дальнейшему продвижению сильных сторон и преодолению недостатков.

## 3.2 Аспекты для предложения мер по устойчивому развитию туристской дестинации Дананг

Дананг — одна из самых популярных туристских дестинаций Вьетнама. С помощью SWOT-анализа, представленного в главе 2, и результатов опроса экспертов, туристов и местных жителей были выявлены существующие проблемы в области устойчивого туристского развития города. Можно сделать вывод, что развитие туризма в городе Дананг было устойчивым, однако не отличающееся высоким уровнем. Первостепенное значение имеют экономические интересы, тогда культурным и социальным аспектам уделяется недостаточное внимание. Экологические аспекты также не рассматриваются в качестве приоритетных. Помимо необходимости продвигать сильные стороны, следует разрабатывать решения для преодоления слабых сторон. Решения для устойчивого развития туристской дестинации в Дананге были предложены, учитывая все четыре аспекта, а именно: устойчивое управление, социально-экономическая устойчивость, культурная и экологическая устойчивость.

### **3.2.1 Аспекты устойчивого управления**

Дананг является одной из трех городов при поддержке правительства созданным Департаментом туризма при Народном комитете города, являющимся органом государственного управления в сфере туризма. Для  индустрии туризма это означало создание благоприятных условий для инвестирования в бюджет, политику и профессиональные человеческие ресурсы для выполнения функции консультирования, предложения и реализации задач по развитию туризма. Основные проблемы, определенные для этого аспекта: В дестинации отсутствует организация, отвечающая за скоординированный подход к устойчивому туризму и связь между государственными органами и народом слабы.

Предлагаемым решением этих проблем будут изменения в системе управления. Необходимо пересмотреть механизмы управления туризмом, в частности, следует создать отдельный отдел для мониторинга показателей устойчивого развития туризма и принятия соответствующих решений. И все проекты в туристской сфере должны быть дополнительно одобрены этим отделом, чтобы быть проверенными на их устойчивость перед реализацией. Необходимо укреплять отношения между руководством и местным населением, особенно в получении обратной связи от населения, поскольку местные жители являются важным компонентом туристской системы. Для этого необходимо разработать авторитетный туристский онлайн-портал, где люди могли бы оставлять свои комментарии, а руководство давать ответы. Кроме того, онлайн-портал мог бы содержать данные о местной статистики туризма, а также обновленные стратегии его развития.

Другие предложения по дальнейшему укреплению управления устойчивым развитием. О механизмах и стратегиях поддержки развития индустрии туризма. Необходимо повысить популярность программ поддержки, направленных на консультирование туристских предприятий по вопросам устойчивого развития. Необходимо повысить интерес местного населения к сфере туризма посредством Интернета, телевидения, радио или влиятельных знаменитостей. Важным инструментом является скорректировать и дополнить стратегии и планы развития с целью создания более благоприятных условий для привлечения инвестиций в ключевые туристские зоны города, в результате чего появится возможность разрабатывать более привлекательные туристские продукты, способные привлечь к участию крупных туроператоров. О финансовом механизме, бюджете. Приоритет должен быть отдан сбалансированному распределению бюджета города для реализации важнейших инфраструктурных инвестиционных проектов, модернизации музеев, историко-культурных реликвий, таких как Данангский музей, Музей военного округа V, цитадель Дьенхай. При распределении бюджетных средств приоритетным направлением должна быть реклама и и продвижение туризма, а также деятельность по улучшению качества туристской среды. Необходимо разработать план поощрения предприятий, деятельность которых направлена на обслуживание иностранных туристов в Дананге. Необходим план поддержки развития традиционных ремесленных деревень, предприятий по производству сувенирной продукции и т. д.

О совмещении развития туризма в Дананге с другими регионами. Разработка механизма комбинированного развития туризма в регионе треугольника: Дананг – Куангнам – Тхыа Тхиен Хюэ включает: общие строительные исследования по государственному управлению и планах развития; продвижение туризма; создание общих туристских продуктов трех городов. Комбинированная модель «три места — одна дестинация» между Хюэ — Дананг — Куангнам, в развитии туризма, дополняя друг друга, предоставит трем городам возможность использовать свои преимущества и потенциал. В дальнейшем возможно расширение комбинации путем включения других регионов страны.

### **3.2.2 Социально-экономические аспекты**

Основные проблемы, выявленные в социально-экономическом аспекте, следующие: туристский продукт в городе не разнообразен и не привлекателен, сезонность туризма негативно влияет на развитие туристской индустрии, и роль местного населения в устойчивом развитии туристских направлений не учитывается должным образом.

Туристская сфера города Дананг характеризуется стремительным развитием, что приводит к увеличению числа приезжающих туристов. Однако, несмотря на это, продолжительность пребывания в Дананге остается невысокой, а расходы туристов в городе невелики. Причинами подобной тенденции могут быть недостаточная привлекательность достопримечательностей в данном регионе и недостаточно развитые туристские продукты, которые не отвечают требованиям и ожиданиям туристов. С целью улучшения данной ситуации, учитывая фактор социально-экономической устойчивости, необходимы:

Разработка специфических туристских продуктов, отвечающих потребностям и вкусам туристов и создающих конкурентоспособность изначально для других дестинаций с такими же туристскими ресурсами страны, а затем и для дестинаций в международном масштабе. Предлагаемые меры по повышению качества туристских продуктов в городе Дананг представлены в Таблице 17.

Таблица 17 Предлагаемые меры по повышению качества туристских продуктов в городе Дананг [Составлено автором]

|  |
| --- |
| Для ключевых туристских продуктов необходимо: |
| • регулярно инвестировать в виды туризма, являющиеся сильными сторонами туристской индустрии Дананга, такие как пляжный туризм, экотуризм, MICE-туризм.  • на постоянной основе организовывать активные виды деятельности, например, соревнования по запуску воздушных змеев, пляжный волейбол, чтобы сделать пляжный туризм более захватывающим и получить большой доход от этого продукта.  • разработать больше пешеходных маршрутов для экотуристов, но при этом использовать их разумным и устойчивым способом, чтобы, с одной стороны, получать прибыль, с другой же, способствовать сохранению экологического ландшафта.  • построить более качественную инфраструктуру для MICE-туризма, обеспечив при этом минимальное негативное воздействие на окружающую среду. |
| Для неразвитых туристских продуктов |
| * Культурный компонент индустрии городского туризма в настоящее время недооценен. Необходимо расширить виды культурного туризма, представив, например, самобытную культуру народа чам через их танцы, народную музыку, кулинарные блюда, костюмы (сотрудники музея могут быть одеты в стиле народных костюмов чамов). Необходимо восстановить деятельность фестивалей с местным колоритом и национальными особенностями, создавая таким образом привлекательно туристское пространство на фестивальной площадке. Благодаря таким проектам, как Парк культуры, историческое место Нгуханьсон становится уникальным туристским направлением. * преодолеть дефицит туристских продуктов в сезон дождей, в частности, это могут быть разработать крытые парки развлечений или мероприятия, способные привлечь туристов в дождливое и холодное время года. * организовать ежегодную программу стимулирования туризма с привлекательными скидками в низкий сезон (с октября по март), предлагая больше экскурсионных и развлекательных программ, чтобы увеличить срок пребывания туристов в Дананге. Таким образом, может быть решена проблема сезонности туризма в период дождей и штормов. |

Усиление роли местного населения и придание ему большей значимости. Важно мобилизовать усилия и уважать вклад сообщества в процесс разработки туристской политики. Планирование, оценка и реализация туристских проектов требуют активного участия местного населения с целью минимизации социальных последствий и максимизации положительных аспектов. Следует разработать программы, способствующие стимулированию инициатив местных жителей в области обеспечения устойчивого развития туризма. Важным показателем являются мнения и чувства людей, которые ежедневно проживают в данном регионе. В связи с развитием туризма необходимо гарантировать права каждого человека, особенно уязвимых групп и лиц. Между местными жителями и инвесторами нередко возникают конфликты интересов при использовании природных ресурсов, таких как споры об использовании морской поверхности при проведении спортивных мероприятий, разведении омаров в рыболовстве, споры об использовании пляжей в коммерческих целях и шум туристов, оказывающий негативное влияние на личную жизнь местных жителей. В связи с этим при реализации проектов необходимо учитывать интересы и мнения населения, так как его отношение и степень удовлетворенности являются важными факторами, формирующими имидж туристского направления.

Другие предложения. Улучшить образовательные программы и повысить качество трудовых ресурсов в сфере туризма. На данный момент подготовка кадров для туризма в городе достигает высоких результатов. В соответствии с международными тенденциями можно рассмотреть возможность инвестирования в персонал с целью приобретения практического опыта за границей, особенно в регионах, известных своим устойчивым развитием туризма, и затем применили новые знания у себя на родине. Другим вариантом является привлечение иностранных специалистов с многолетним опытом работы в данной сфере. Для этого необходимо разработать стратегии развития, обеспечивающие материальное и духовное благополучие иностранных сотрудников.

Развитие деятельности по продвижению туризма в профессиональном направлении. Для создания качественных продуктов по разумным ценам и привлечения клиентов необходимо:

• наладить устойчивое взаимодействие между авиакомпаниями, туристскими предприятиями, отелями, транспортом, ресторанами при участии и поддержке органов государственного управления и ассоциации туризма.

• разрабатывать и внедрять использование высоких технологий для продвижения туризма через Интернет и основные социальные сети, такие как Twitter, Facebook, Youtube.

• создавать электронные туристские приложения, чтобы избежать траты бумажных ресурсов, например, картографические приложения, приложения для путеводителей, видеоролики с экскурсиями по городу на разных языках.

• проводить коммуникационные кампании среди населения и повышать их осведомленность о туристской среде и развитии устойчивого туризма.

### **3.2.3 Культурные аспекты**

Основные проблемы, выявленные в культурном аспекте. В политике развития туризма дестинации законы о правах интеллектуальной собственности сообществ и отдельных лиц отсутствуют, а культурный фактор в туристском продукте города все еще слаб.

Необходимо начать широкое применение положений Закона об интеллектуальной собственности среди населения и включить их в городской план развития туризма. Закон об интеллектуальной собственности предоставляет юридическую защиту для идей, изобретений, произведений искусства в индустрии туризма. Это создаст стимулы для отдельных лиц и организаций разрабатывать новые продукты, услуги и инновации в сфере туризма, способствующие обеспечению устойчивого развития. Закон об интеллектуальной собственности также обеспечивает защиту товарных знаков и брендов в индустрии туризма. Наличие сильной брендовой идентичности помогает туристским предприятиям обеспечить конкурентное преимущество и укрепить доверие клиентов.

Для достижения культурной устойчивости в туризме крайне важно сохранять и продвигать культурное наследие и ресурсы, связанные с гуманистической функцией туризма. Такой подход позволит не только удовлетворить потребности туристов, но и содействовать развитию местного сообщества, сохранению традиций и уникальных аспектов культуры. Таким образом, рекомендуется принять меры, направленные на интеграцию культурной устойчивости в планы и стратегии развития туризма, обеспечивая тем самым комплексный подход к достижению устойчивости в данной отрасли. Для этого необходимо:

* осуществлять селективное сохранение благоприятных культурных традиций и постепенно устранять устаревшие обычаи.
* больше информировать молодое население о культурных традициях национального значения, возродить традиционные фестивали, организовать мастер-классы для обучения традиционным ремеслам, связанных с развитием туризма.
* создавать творческие пространства с местной культурной тематикой и обеспечивать благоприятные условия для посетителей, чтобы удовлетворить их потребность в духовной культуре и желание вернуться в следующий раз.
* интегрировать QR-коды на реликтовых объектах, которые будут содержать информацию о памятнике на разных языках, чтобы не только туристы с гидами, но и самостоятельные туристы имели возможность ознакомиться с культурными ценностями места назначения.
* разрабатывать и внедрять новые туристские продукты, учитывающие местные культурные факторы. Культурный туризм возможно не является сильной стороной туристской индустрии города, потому что масштабы культурных реликвий в этом регионе невелики, но есть возможность интегрировать культурные факторы в другие туристские продукты. Например, гости, приехавшие с целью MICE-туризма, могут остановиться в отелях, конференц-залах, построенных в соответствии с архитектурой чамов, что вызовет любопытство у туристов и сформирует новое впечатление.

Развитие туризма непосредственно влияет на культурный образ жизни местного сообщества, поэтому в процессе развития данного сектора необходимо уделять особое внимание и уважать культурные различия между этническими группами. В процессе развития туристских продуктов необходимо стремиться к обеспечению культурного разнообразия среди различных этнических групп на основе сохранения и продвижения общих культурных традиций, присущих вьетнамскому народу. Это позволит сохранить и подчеркнуть уникальность каждой этнической группы, вместе с тем уважая и ценя национальную культуру и традиции всей страны. Необходимо учитывать стремление вьетнамского народа сохранить и приумножить собственную культурную традицию, препятствуя распространению иностранной культуры, противоречащей вьетнамским культурным ценностям.

### **3.2.4 Экологические аспекты**

Основные проблемы, выявленные в экологическом аспекте. Меры по охране окружающей среды регулирующего органа решили проблему только на поверхности, и информации об охране окружающей среды в дестинации для туристов недостаточно.

Устойчивое развитие является неотъемлемым мировым трендом для большинства стран с туристской индустрией, причем особое внимание уделяется экологическому аспекту. Аналогичная ситуация наблюдается и в городе Дананг, особенно в контексте туризма, связанного с природными ресурсами, являющимися одним из сильных направлений развития города. В рамках городской политики управления туризмом уделяется внимание экологической устойчивости, однако эти меры все еще недостаточны. Предприняты действия по преодолению негативных последствий, возникающих при чрезмерной эксплуатации ресурсов, и имеются соответствующие документы, регулирующие планирование реагирования на рисковые и аварийные ситуации. Тем не менее, наиболее важным является предотвращение таких рисков путем осторожного планирования. Необходимо провести дальнейшие исследования потенциальных опасностей, которые могут возникнуть при реализации туристских проектов, с целью принятия разумных и устойчивых мер по использованию ресурсов. Помимо этого, целесообразно принять строгие меры по охране биоразнообразия национальных заповедников, сопровождаемые афишированием суровых наказаний в отношении лиц и организаций, преднамеренно нарушающих установленные правила. Кроме того, можно принять ряд других мер, таких как:

* Создание карты планирования городского туризма и строгое ее соблюдение являются важными мерами для предотвращения риска неконтролируемого массового развития строительных проектов и сохранения ландшафта и окружающей среды. Местным властям следует особо осторожно подходить к утверждению строительных проектов, особенно в прибрежных районах и в районах с высокой природной ценностью и предлагать решения для строительства этих проектов методом «зеленой инфраструктуры» (Blue - Green Infrastructure) [66]. Методы «зеленой инфраструктуры» помогут защитить окружающую среду за счет использования передовых решений, таких как кабельные решения высокой плотности HiD, которые повышают производительность сетевых кабельных систем, снижают энергопотребление и выбросы CO2.
* Важным шагом будет разработка надежных индикаторов, позволяющих контролировать качество воды, почвы и воздуха, а также принятие незамедлительных мер в случае обнаружения аномалий.
* Рекомендуется установить приоритетные источники финансирования для реализации проектов, направленных на строительство систем сбора и обработки отходов вдоль залива Дананг и на побережье Сон Тра. Также необходимо организовать специальные программы консультирования и поддержки туристских предприятий в области сортировки и переработки отходов, сосредоточенных в водосборных бассейнах.
* Необходимо продолжать развитие экологически чистых форм туризма путем поощрения предприятий размещения, стремящихся получить знак устойчивого туризма "Зеленый лотос". Данный знак является торговой маркой, предоставляемой предприятиям размещения, соответствующим стандартам охраны окружающей среды и устойчивого развития, эффективно использующим ресурсы и энергию, способствующим защите наследия, экономическому развитию, местной культуре и обществу. Знак "Синий лотос" имеет пять уровней, от 1 до 5, и представляет собой инструмент для оценки и управления охраной окружающей среды в системе размещения туристов во Вьетнаме. Регистрация знака "Зеленый лотос" должна осуществляться согласно Постановлению № 1355/QD-BVHTTDL от 12 апреля 2012 года Министерства культуры, спорта и туризма, которым утвержден «Критериальный набор туристских знаков» [64]. Знак «Зеленый лотос» применяется к туристским объектам размещения во Вьетнаме, обладающим экологической безопасностью. Основываясь на усилиях предприятий размещения, направленных на получение знака «Зеленый лотос», рекомендуется поощрять и придавать приоритет заведениям, получившим данный знак, особенно тем, которые получили знак «Зеленый лотос» пятого уровня.

Пропаганда защиты окружающей среды среди туристов играет важную роль в сохранении природных ресурсов и поддержании устойчивого развития. Поскольку туристы являются основными игроками, участвующими в туристской деятельности, тот факт, что туристы сознательно соблюдают правила сохранения окружающей среды в месте назначения, поможет снизить нагрузку на работу отделов, органов управления туризмом по обеспечению экологически чистой туристской дестинации. Пропаганда защиты окружающей среды в месте назначения может помочь создать положительный образ устойчивого и экологически ориентированного туристского направления, что привлечет больше туристов и укрепит репутацию места. Экологически ответственные путешественники предпочитают посещать места, где принимаются меры для защиты окружающей среды. Для достижения этого можно рассмотреть следующие меры:

* + Разработка и распространение экологических правил и этических норм поведения для туристов, например, при посещении национальных парков, заповедников или экологически чувствительных районов. Эти правила могут включать ограничения на использование одноразовых пластиковых изделий, маркировку туристских маршрутов и троп, а также правила по сохранению дикой флоры и фауны.
  + Партнерство с туристскими организациями: Сотрудничество с туристскими операторами, агентствами и гостиницами для внедрения экологических практик и политик. Например, создание экологических сертификаций для туристских предприятий, чтобы поощрять их к соблюдению экологических стандартов.
  + Экологические туры и активная деятельность. Предлагать туристам экологически ориентированные туры и мероприятия, например, экологические прогулки, очистка пляжей или участие в проектах по восстановлению местных экосистем. Это поможет не только повысить осведомленность о проблемах окружающей среды, но и активно включить туристов в природоохранный процесс.
  + Использование социальных платформ. Активное использование социальных сетей и цифровых платформ для распространения информации для туристов. Создание хэштегов, кампаний и конкурсов, связанных с экологической пропагандой, может привлечь большое количество туристов и повысить их осведомленность о проблемах окружающей среды.

## 3.3 Развитие духовного туризма как уникального туристского продукта в Дананге в целях поддержки устойчивого развития туризма

Пандемия Covid-19 оказала негативное влияние на психическое здоровье людей во всем мире. Ограничения на передвижение, социальная дистанция и переход на работу из дома привели к значительному увеличению уровня тревожности и депрессии у людей. Исследования показали, что существенное число людей, перенесших Covid-19, имеют повышенный риск развития депрессии. Согласно научному обзору, опубликованному Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), в первый год пандемии COVID-19 глобальная распространенность тревоги и депрессии увеличилась на 25% [15]. Согласно исследованию психического здоровья населения, проведенному Управлением национальной статистики среди людей в Великобритании, начале 2021 года у каждого пятого взрослого человека выявлялись симптомы депрессии, - это более чем в два раза больше, чем до пандемии.

В данном контексте духовный туризм может стать одним из наиболее адаптивных видов туризма. Духовный туризм представляет собой форму путешествия, связанную с поиском исцеления, внутреннего покоя и душевной гармонии [9].

Необходимо дифференцировать понятия религиозного и духовного туризма, имеющие некоторые сходства, но отличные по своей сути. Религиозный туризм фокусируется на посещении мест, связанных с религиозными верованиями и практиками - это священные места, храмы, монастыри и другие религиозные объекты. Верующие люди, или имеющие интерес к религиозным традициям, посещают эти места для молитвы, медитации и для почтения к святым местам. Духовный туризм имеет более широкий охват и ориентирован на поиск внутренней гармонии, покоя и развитие духовной практики [10]. Духовный туризм включает в себя посещение мест, характеризующихся природной красотой, уединением, спокойствием и духовной энергией, а также для проведения медитаций, йоге и участия в других духовных практиках. Этот вид туризма уделяет большее внимание внутреннему развитию личности и поиску смысла жизни.

Прослеживается связь между духовным туризмом и уровнем депрессии. Посещение исторически священных духовных мест может помочь человеку пересмотреть свои ценности и приоритеты, а также найти новые источники вдохновения. Это, в свою очередь, будет способствовать снижению уровня тревоги, улучшению настроения и повышению самооценки. Духовный туризм также предоставляет возможность для социального взаимодействия и поддержки. Во время посещения священных мест и участия в религиозных мероприятиях, люди могут встречаться с единомышленниками и находить поддержку в духовной общности. Это создает чувство социальной принадлежности и снижает уровень одиночества, что особенно важно для людей, страдающих тревожными состояниями, в том числе депрессией.

На этой основе была разработана идея создания продуктов духовного туризма в городе Дананг. Индустрии туризма Дананга в настоящее время не хватает конкретного туристского продукта, пропитанного индивидуальностью города и этот проект направлен на решение этой проблемы. На самом деле, во Вьетнаме нет четких разграничений между двумя концепциями духовного и религиозного туризма. Обычно туристские продукты, связанные с этой сферой, ориентируются в большей степени на религиозные аспекты, преимущественно на исполнение ритуалов, связанных с конкретной религией. Во Вьетнаме преобладает буддизм, и северные горные районы являются особыми местами, где религиозные элементы наиболее развиты. Здесь расположены крупнейшие буддийские храмы и обители, получившие большую известность. Во время ежегодных национальных праздников буддисты готовят пищу и отправляются в большие храмы, совершая там ритуалы поклонения, известные как «паломничество». Этот вид туризма преимущественно представляет интерес для буддистов и тех, кто уже знаком с данной религией.

В Дананге, религиозный/духовный туризм также включен в список пяти основных видов туризма, однако его основными продуктами являются посещение храмов, пешеходные экскурсии, участие в религиозных обрядах и слушание проповедей. Между тем, город обладает большим потенциалом для развития не только этого. Дананг богат архитектурными и историческими памятниками, которые представляют огромную духовную ценность. Здесь находится статуя Будды Леди Пагоды (Lady Buddha), известная во всем Вьетнаме своей самой величественной архитектурой и духовной атмосферой . Также стоит отметить Мраморные горы, которые представляют собой комплекс пещер и храмов. Состоят они из пяти известняковых холмов, именуемых «Нгу Хань Сонг» (Пять гор камня). Каждая гора символизирует один из пяти элементов - вода, дерево, огонь, металл и земля. Это место не только наделено природной красотой, но и имеет мифологическое значение. В Дананге расположено несколько буддийских монастырей, включая Линь Унг Пагоду и Бай Динь Пагоду. Эти монастыри предлагают посетителям возможность познакомиться с буддийской философией, медитацией и духовными практиками. Дананг оснащен красивыми пляжами и потрясающими девственными лесами, что создает идеальные условия для духовной рефлексии и релаксации. Туристы могут наслаждаться уединенностью и спокойствием на пляжах, практиковать йогу и медитацию, а также совершать прогулки по живописным тропам и лесам, имея уникальную возможность оценить величественную природу. Помимо этого, в Дананге также проводятся различные религиозные и духовные праздники и фестивали, которые привлекают местных жителей и туристов, позволяя им погрузиться в атмосферу духовности и местных обычаев.

Проект, направленный на развитие продуктов духовного туризма в городе Дананг, ориентирован на людей старше 20 лет всех социальных статусов и уровней доходов. В этом возрасте у людей обычно возникают мысли о смысле жизни, а также возрастают заботы и трудности. При этом важно отметить, что проект не зависит от религиозной принадлежности участников, поскольку его главная цель заключается в поиске внутренней гармонии и покоя.

В соответствии с планом городского планирования Дананга на период с 2021 по 2030 годы, с дальнейшей перспективой до 2050 года, туристское пространство города будет включать на девять подразделений, которые называются туристскими пространствами [Приложение].

По данному плану, развития продукты духовного туризма будут продвигаться только по одному направлению: в восточном горном пространства экотуризма. Автор предлагает расширить количество пространств, связанных с данным видом туристского продукта, до четырех, а именно: Восточное горное пространство экотуризма (полуостров Сонтра); Западное горное пространство экотуризма; Пляжное туристское пространство залива Дананг и Пляжное туристское пространство на восточном побережье. Два прибрежных пространства были выбраны с идеей создания занятий медитацией, занятиями йогой, лечебным массажем для туристов на приморских курортах. Такой подход позволит максимально эффективно использовать ресурсы Дананга, предоставив посетителям не только пользоваться возможностями медитации и йоги, но и насладиться свежим морским воздухом. Кроме того, это поможет избежать последствий сезонности туризма в Дананге, так как посетители, даже в холодный или дождливый период несмотря на невозможность посещения пляжей, также смогут принять участвовать в мероприятиях, организованных в крытых помещениях.

В 2019 году Статистическое управление Дананга провело опрос 2000 туристов, включая 1000 внутренних и 1000 иностранных туристов. Результаты опроса показывают, что все туристы при посещении Дананга предпочитают четыре основных вида деятельности: посещение туристской зоны Ba Na Hills, посещение Мраморных гор, полуострова Сончра и купание на пляжах.

Рисунок 12 Диаграмма уровня использования туристской деятельности иностранными туристами в Дананге в 2019 г. [Составлено по 28]

Рисунок 13 Диаграмма уровня использования туристской деятельности внутренними туристами в Дананге в 2019 г. [Составлено по 28]

Однако все эти действия затруднены, когда погода становится холодной или дождливой, поэтому сезонность туризма остается актуальной проблемой для туристской индустрии Дананга. В пик туристского сезона, с мая по сентябрь, компании, предлагающие услуги размещения туристов всегда работают на полную мощность, но в остальные месяцы их деятельность перестает быть активной, при том что выплаты заработной платы сотрудникам следует выплачивать на регулярной основе. Проект по развитию продуктов духовного туризма направлен на организацию досуга в закрытых помещениях, а основными локациями проведения станут инфраструктура прибрежных курортов.

Что касается восточного и западного горных экологических направлений, где помимо обычных занятий духовного туризма, таких как посещение храмов, совершение обрядов и др. мы предлагаем внедрить новый вид деятельности под названием «Лес медитации». В этих двух районах мало домов, в основном первобытные леса и два заповедника: Ба На Нуичуа и полуостров Сонча. «Лес медитации» будет представлять собой курсы медитации, на которых участники будут сидеть среди деревьев, погружаться в природу и слушать лекции или просто разговоры о жизни известных в стране монахов. Эти лекции будут посвящены не религиозным убеждениям, а человеческой природе в жизни, например, «как преодолеть утрату», «научиться любить себя» и т. д. Местность для проведения курсов медитации расположена довольно далеко от центра города, поэтому необходимо спроектировать инфраструктуру местности таким образом, чтобы она удовлетворяла основные потребности туристов, например, установка туалетов и залов ожиданий. При этом установка новых объектов в уникальной природной местности не должна навредить самой природе. После лекций участникам будет предложено принять участие в мероприятиях по охране окружающей среды в месте назначения, например, посадка небольших деревьев и уход за ними, приобретение местных продуктов, изготовленных с помощью природных средств, таких как: эфирные масла, сумки из растительных материалов и т. д. Это увеличит доходы местных ремесленников. Лекции будут проводиться сначала на вьетнамском языке для местных туристов, а затем для иностранных посетителей будут переведены на английский язык.

Таблица 18: План развития продуктов духовного туризма по ключевым направлениям [Составлено автором]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Направление** | **Содержание деятельности** | **Требуемая инфраструктура** |
| Пляжное туристское пространство залива Дананг  и  Пляжное туристское пространство на восточном побережье | На территории прибрежных курортах организовать крытые и открытые пространства для занятий медитации, практики йоги, спа-услуги, лечебный массаж, горячую ванну, тренажерный зал. | Использовать существующую инфраструктуру курортов, но места для медитации и йоги должны иметь вид на пляж. |
| Восточное горное пространство экотуризма (полуостров Сонтра)  и  Западное горное пространство экотуризма | Организовать:   * пешие походы, открывающие виды на горы, * посещение храмов, культурных реликвий, * знакомство посетителей с местными культурными ценностями, используя услуги гидов или через встроенные qr-коды. * мероприятия: «Лес медитации» в сочетании с мероприятиями, побуждающими участников заботиться о деревьях. Использовать продукты, созданные природой, для защиты окружающей среды. | В местах реализации «Медитационного леса» необходимо построить туалеты, зоны ожидания, возможно киоски с выставкой натуральных продуктов, другую необходимую инфраструктуру, но чтобы минимизировать негативное воздействие окружающую среду и не потерять привлекательность дикой природы, постройки новых объектов должны быть ограничены. |

Духовный туризм играет важную роль в устойчивом развитии по ряду причин. Духовные места часто связаны с богатой историей, культурными традициями и архитектурой. Посещение этих мест способствует сохранению и охране культурного наследия, поскольку приток туристов способствует финансированию реставрации и поддержанию священных мест. Духовный туризм также связан с культурными факторами дестинации. Развитие этого вида туризма позволит туристам увидеть в Дананге не только красивые пляжи, но и культурную составляющую в виде разнообразных объектов духовного развития.

Духовный туризм может также стимулировать развитие местной экономики: создать новые рабочие места для местных жителей, развить гостиничную индустрию, сеть ресторанов и в целом разнообразить список туристских услуг. Особенно актуальным это является для западного экологического направления -  пригородного округа Хоа Ванг. При населении почти в 130 000 человек основным экономическим сектором данного региона является сельское хозяйство. Экономика округа развита довольно хорошо, но масштабы все еще невелики, и хотя здесь находятся многие известные туристские объекты, такие как туристская зона Ба На Хиллс, минеральные и горячие источники источники, доходы людей основаны преимущественно на сельском хозяйстве. Разработка новых турпродуктов — это возможность для местного населения создать больше рабочих мест.

Многие духовные места расположены в красивых и уникальных природных ландшафтах, которые по проекту также планируется задействовать. Развитие духовного туризма, особенно в контексте устойчивого развития, будет способствовать сохранению и охране природных ресурсов. Сознательные туристы будут более осведомлены о проблемах окружающей среды и смогут принять меры для ее защиты. Следует подчеркнуть, что духовный туризм предлагает людям возможность погрузиться в атмосферу внутреннего покоя и душевной гармонии, что будет способствовать повышению осознанности и осмысленности, укреплению роли самосознания и улучшению психологического благополучия в целом.

Вклад проекта в развитие индустрии туризма Дананга отмечается двумя факторами. Во-первых, он способен решить проблему нехватки индивидуального туристского продукта, содержащего культурную идентичность города. Разнообразие и интерес к туристским продуктам увеличат продолжительность пребывания туристов в дестинации и повысят вероятность их возвращения. Во-вторых – это проблема сезонности туризма в Дананге, когда пик туристской деятельности приходится на период с апреля по октябрь, а наиболее популярным видом оказывается пляжный туризм. В долгосрочной перспективе это может вызвать экологический дисбаланс города, когда в высокий туристский сезон гостиницы, рестораны, турфирмы, работающие на полную мощность, будут оказывать негативное воздействие на природные и социальные ресурсы города. В межсезонье туристский бизнес практически бездействуют, полагаясь только на источники MICE-туристов или посетителей, не являющихся туристами. Такое развитие туристской индустрии является неустойчивым и в дальнейшем может привести к негативным последствиям для индустрии туризма в целом. В рамках проекта для курортов и отелей предлагается множество новых мер и мероприятий, которые можно использовать для привлечения туристов в межсезонье.

**Выводы**

В данной главе проанализированы результаты опроса, сделаны выводы о существующих проблемах устойчивого развития дестинации Дананг и предложены решения этих проблем.

Опрос был проведен на основании разработанных трех авторских анкет для трех групп респондентов: экспертов, туристов и местных жителей города Дананг Основной задачей экспертов было оценить значимость критериев с точки зрения политики развития туризма города. Туристы и местные жители оценивали эти критерии, исходя из субъективно воспринимаемой ими ситуации. Опросы для туристов и местных жителей включали вопросы, отражающие критерии из авторского набора критериев. Для подтверждения надежности этих вопросов использовался коэффициент альфа Кронбаха  - инструмент для проверки и измерения внутренней согласованности опроса. Применение данного коэффициента подтвердило надежность полученных в ходе опроса результатов.

Анализ результатов опроса в сочетании с исследованием туристского потенциала и документами, регулирующими политику развития туризма в городе, показал, что  туризм в городе Дананг развивается в направлении устойчивости, но по признаку устойчивости он не отличается высоким уровнем. Проблемы были выявлены  в четырех аспектах, определяемых организацией глобального совета по устойчивому туризму в качестве приоритетных для исследований.

1. В сфере устойчивого управления: в дестинации отсутствует организация, отвечающая за скоординированный подход к устойчивому туризму и связь между государственными органами и народом слабы.
2. В сфере социально-экономической устойчивости: туристский продукт в городе не разнообразен и не привлекателен, зависит от сезонности туризма, и роль местного населения в устойчивом развитии туристских направлений не учитывается должным образом.
3. В сфере культурной устойчивости: в политике развития туризма дестинации отсутствуют законы о правах интеллектуальной собственности сообществ и отдельных лиц. Культурный фактор в туристском продукте города все еще слаб.
4. В сфере экологической устойчивости: меры по охране окружающей среды, предпринимаемые управляющим органом, направлены на поверхностное решение проблем.  Информации об охране окружающей среды в дестинации для туристов недостаточно.

Далее были предложены рекомендации, помогающие решить вышеуказанные проблемы.

* 1. В сфере устойчивого управления рекомендуется:
* создать отдельный отдел для мониторинга показателей устойчивого развития туризма и принятия соответствующих решений. Все туристские проекты перед их реализацией должны быть проверены и одобрены этим отделом.
* укреплять отношения между руководством и местным населением, особенно в отношении получения обратной связи от населения. Для этого рекомендуется разработать туристский онлайн-портал, где люди могли бы оставлять свои комментарии, а руководство давать на них ответы.
  1. В сфере социально-экономической устойчивости рекомендуется:
* улучшить качество туристских продуктов для ключевых турпродуктов, продолжать инвестировать и продвигать сильные стороны. Для неразвитых турпродуктов необходимо разработать программы продвижения туризма, чтобы стимулировать интерес туристов к этим видам продуктов.
* усилить роли местного населения и придать ему большую значимость. Все туристские проекты должны учитывать мнение местных жителей и при разработке программ, следует мотивировать население его высказывать (например, за счет вознаграждения и/или льгот).
  1. В сфере культурной устойчивости рекомендуется:
* начать широкое применение положений Закона об интеллектуальной собственности среди населения и включить их в городской план развития туризма.
* усилить роль культурного фактора в турпродуктах, что будет способствовать достижению культурной устойчивости. Например, создать творческие пространства с местной культурной тематикой для туристов, больше информировать молодое население о культурных традициях национального значения, интегрировать  qr-коды, содержащие аудио материалы, знакомящие с культурными ценностями в исторических местах и тд. При реализации этих мер следует уважать культурные различия между этническими группами.
  1. В сфере экологической устойчивости рекомендуется:
* разработать превентивные меры, направленные на предотвращение будущих проблем Такими мерами могут быть: разработка карты планирования туристского строительства, использование метода «зеленой инфраструктуры» в строительстве.
* сосредоточить внимание на распространении среди туристов информации об охране окружающей среды дестинации путем размещения множества указателей, инструктирующих сортировать мусор или экономить воду на туристских объектах. С целью создания в глазах пользователей образа чистого и привлекательного туристского объекта следует провести соответствующие рекламные кампании в социальных сетях с экологическими хэштегами.

В данной главе был также представлен проект развития продуктов духовного туризма, направленный на создание уникального туристского продукта, который сформирует в сознании туристов положительный образ дестинации, и мотивирует туристов вернуться обратно.

.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В рамках дипломной работы было проведено исследование на тему «Развитие города Дананг как туристической дестинации». Дананг — одна из самых популярных туристских дестинаций Вьетнама. В последние годы быстрый рост туризма привел к значительному увеличению числа туристов, вследствие чего увеличивается нагрузка на инфраструктуру и ресурсы города. Кроме того, возникают социальные проблемы, такие как рост преступности и негативное воздействие на местное сообщество.

В ходе исследования был проведен анализ потенциала развития туризма в Дананге. Было выявлено, что город обладает значительными природными и культурными ресурсами, которые привлекают множество туристов со всего мира. Прекрасные пляжи, уникальные природные достопримечательности и богатое культурное наследие делают Дананг привлекательным местом для отдыха и туризма. Однако, несмотря на успешное развитие туризма, было обнаружено, что власти города не уделяют достаточного внимания фактору устойчивости туризма. Это выяснилось в результате изучения документов, регламентирующих многолетнюю политику города в области развития туризма. Устойчивое развитие туристской индустрии является ключевым аспектом для сохранения природных и культурных ресурсов, а также для удовлетворения потребностей как сегодняшних, так и будущих поколений туристов.

Учитывая степень важности устойчивого развития в сфере туристской индустрии в рамках настоящей дипломной работы для оценки качества туристской дестинации с учетом фактора устойчивости был разработан авторский комплекс критериев. В его основу были взяты критерии Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама, а также международные критерии GSTC для оценки устойчивого развития туризма в дестинации.

На основе разработанного набора критериев были составлены и проведены опросы для трех групп респондентов: экспертов, туристов и местных жителей. Анализ результатов опросов показал, что политика развития туризма в Дананге имеет недостатки в области устойчивости. Были выявлены проблемные области, требующие особого внимания со стороны властей. В частности, отмечается неэффективность управления, отсутствие конкретного органа, ответственного за решение вопросов, непосредственно связанных с фактором устойчивостью в развитии туризма. Отмечается низкий уровень взаимодействия между руководством правительства и местными жителями, являющимся при этом  одним из основных компонентов успешного развития туристской сферы. Роль права интеллектуальной собственности не подчеркивается. Реализуемые меры в области экологической сферы  направлены на решение текущих проблем и не учитывают риски возможных будущих проблем, поскольку превентивные меры не разработаны. Кроме того, туристские продукты города не разнообразны, зависят от сезонности туризма, культурные факторы в туристских продуктах учтены в недостаточной степени.

На основании проведенного исследования пришли к выводу, что город Дананг хотя и развивается в направлении устойчивости, но высоким уровнем он не отличается. Темп развития туризма довольно высок, однако, если он не будет сопровождаться устойчивым элементом, это развитие вскоре будет остановлено. С целью обеспечения долгосрочного развития индустрии и минимизации его негативного влияния на окружающую среду и местное сообщество  необходимо  акцентировать больше внимания на элементе устойчивости туризма. Учитывая обозначенные риски, были разработаны предложения по решению выявленных  проблем в области устойчивого развития туризма города.

Принимая во внимание выявленные недостатки, в ходе данной работы был разработан проект развития продуктов духовного туризма, учитывающий современные тенденции, в соответствии с которыми в мире увеличивается количество людей, страдающих депрессией, особенно вследствии негативного воздействия  пандемии Covid-19. Продукты духовного туризма ориентированы прежде всего на погружение в природу, приобретение духовных ценностей и достижение внутренней гармонии, что особенно актуально для людей, страдающих депрессивными состояниями. Данный проект также будет способствовать решению двух основных проблем туристской индустрии Дананга. Во-первых, он решит проблему нехватки индивидуального туристского продукта, отражающего культурную идентичность города. Во-вторых, минимизирует риски  негативного влияния сезонности туризма в Дананге.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 02.12.2019) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
2. Методические рекомендации по оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма (утв. Минкультуры России 06.05.2015)
3. Рекомендации по соблюдению норм деловой практики в сфере туризма государств - участников СНГ (Приняты 29.11.2018 Постановлением 48-12 на 48-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ)
4. Закон об охране окружающей среды : Вьетнамский закон // Национальное собрание Вьетнама. – 23.06.2014. – № 55/2014/QH13. – Ст. 3.
5. Закон о туризме Вьетнама : Вьетнамский закон // Национальное собрание Вьетнама. – 19.06.2017. – № 09/2014/QH14. – Ст. 1.
6. Закон о земле : Вьетнамский закон // Национальное собрание Вьетнама. – 2013. – № 45/2013/QH13. – Ст. 3.
7. Гончарова Н.А Организации по менеджменту дестинаций (DMOs) как система управления туризмом на национальном, региональном и локальном уровнях: зарубежный опыт // УЭкС. 2013. №11 (59). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsii-po-menedzhmentu-destinatsiy-dmos-kak-sistema-upravleniya-turizmom-na-natsionalnom-regionalnom-i-lokalnom-urovnyah-1 (дата обращения: 20.04.2023).
8. Гончарова Н.А. Подходы к определению концепта «Туристская дестинация» в научном дискурсе // Векторы благополучия: экономика и социум. 2015. №2 (17). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-opredeleniyu-kontsepta-turistskaya-destinatsiya-v-nauchnom-diskurse (дата обращения: 20.04.2023).
9. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.
10. Давыдова, А.С «это, говорят, ваше местное место силы»: духовный туризм на сейдозере глазами проводников по кольскому полуострову / А.С Давыдова, С.А Штырков // Антропологический форум . – Спб : Музей антропологии и этнографии, 2022. – С. 255-296.
11. Дьякова, М.А Применение SWOT-анализа в процессе стратегического планирования туристической деятельности / М.А Дьякова // Экономическая наука современной России. – 2018. – Т. 11, № 2. – С. 160-167.
12. Зорин И.В. Дестинация в контексте ЮНЕСКО: учебно-методические материалы по курсу «Туристские дестинации»/А. Зорин, И. Зорин. - М.: РМАТ, 2011. - 68 с.
13. Кирьянова, л.г. «туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы / Л.Г. Кирьянова // Вестник КемГУ. – 2012. – № 1. – С. 131-136.
14. Комплект критериев оценки качества туристских дестинацией» // Портал Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама. URL: https://cntt.gov.vn/SitePages/ListNewfeed.aspx?ItemID=24506&CID=50 (дата обращения: 11.04.2023).
15. Коронавирус COVID-19 // Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) URL: https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019 (дата обращения: 19.04.2023).
16. Критерии для дестинаций // Официальный сайт GSTC [Электронный ресурс] URL: http//www.new.gstcouncil.org/uplo- ads/files/russian-criteria.pdj (дата обращения: 11.04.2023).
17. Отчет о туристской деятельности в 2018 году и направлениях и задачах в 2019 году // Департамент туризма Дананга
18. Официальный сайт GSTC. [Электронный ресурс] URL: https://www.gstcouncil.org/ (Дата обращения 11.04.2023)
19. Официальный сайт Главного статистического управления Вьетнама. [Электронный ресурс] URL: https://www.gso.gov.vn/
20. Официальный сайт МСОП. [Электронный ресурс] URL: https://www.unep.org/ (Дата обращения 11.04.2023)
21. Официальный сайт ООН. [Электронный ресурс] URL: https://www.un.org/ru/ (Дата обращения 11.04.2023)
22. Официальный сайт статистического управления Дананга. [Электронный ресурс] URL: https://cucthongke.danang.gov.vn/
23. Официальный сайт ЮНВТО. [Электронный ресурс] URL: https://www.unwto.org/ (Дата обращения 11.04.2023)
24. Портал Департамента туризма Дананга [Электронный ресурс] URL: https://cntt.gov.vn/SitePages/ListNewfeed.aspx?ItemID=24506&CID=50
25. Портал Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама. [Электронный ресурс] URL: https://cntt.gov.vn/SitePages/ListNewfeed.aspx?ItemID=24506&CID=50
26. Сесёлкин А. И., Рассохина Т. В. Анализ критериев устойчивого развития туристских дестинаций // Вестник РМАТ. 2013. №2 (8). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-kriteriev-ustoychivogo-razvitiya-turistskih-destinatsiy (дата обращения: 11.04.2023).
27. Спиваковская, М. П. Использование шкалы Лайкерта в социологических исследованиях. / М. П. Спиваковская, И. А. Левкова // Вестник Московского университета. Серия 23: Социология и политология . – Москва : Московский университет, 2017. – С. 86-100.
28. Статус развития на 2011–2020 гг. и ориентация, решения для развития туристического продукта, туристический рынок дананга в 2021–2030 гг., видение до 2050 г.// Народный комитет города Дананг/
29. Тарасова, Н.П проблемы устойчивого развития: история возникновения и роль химии в их решении / Н.П тарасова, Н.И василевич // аналитика. – 2018. – Т. 8, № 1(38). – С. 34-44.
30. Чан, Х.У.Т Анализ состояния въездного туризма вьетнама / Х.У.Т Чан // Вестник экономического научного общества студентов и аспирантов . – СПб : МБИ, 2022. – С. 176-179.
31. Чан, Х.У.Т Тенденции использования морских ресурсов в туристской индустрии Вьетнама: потенциал и состояние / Х.У.Т Чан // ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ, ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА . – Элиста : Калм. ун-та, 2022. – С. 120-124.
32. An assessment of the quality of a tourist destination: The case of Nerja, Spain / A. Alberto, T. López, D-M Rocío, P-M Salvador // Total Quality Management. – 2010. – № 21. – С. 269-289.
33. Davidsonand, R. Tourism destinations / R. Davidsonand, R. Maitland. – London : Hodder & Stoughton, 1997. – 282 с. – ISBN 0340654759.
34. Gunn, C.A. Tourism planning: Basics, Concepts, Cases. / C.A. Gunn. – British : Routledge, 2002. – 464 с.
35. Leiper, N. Tourism management / N. Leiper. – Sidney : Pearson Education Australia, 2004. – 326 с.
36. Metelka, C.J. The dictionary of hospitality, travel and tourism. / C.J. Metelka. – Albany : Delmar Publishers, 1990. – 273 с.
37. Otto, J.E The service experience in tourism / J.E Otto, J.B Ritchie // Tourism Management. – 1996. – № 17. – С. 165-174.
38. Page, S.J. Marketing tourism destination. In Tourism: A Modern Synthesis / S.J. Page, J. Conell // Thomson Learning. – 2006. – № 2. – С. 355-382.
39. Pallant, J. SPSS Survival Manual / J. Pallant. – UK : Open University Press, 2016. – 100 с.
40. Saraniemi, S. Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches / S. Saraniemi, M. Kylänen // Journal of Travel Research. – 2011. – Т. 2, № 50. – С. 133-143.
41. Srabanti, M. Quality of tourism destination - a scale development / M. Srabanti, A. Atanu, D. Biplab // Journal of India Business Research... – 2017. – № 21. – С. 269-289.
42. Stakeholder perceptions of tourism assets and sustainable tourism development in Da Nang, Vietnam. / P.J Holladay, A.W Dixon, M.C Nguyen [и др.] // Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal. – 2018. – Т. 2, № 8. – С. 74-98.
43. Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations / S. Gosling, M.C. Hall, S. Page and D. Weaver.- London: Routledge - 2009.
44. Taber, K.S. The Use of Cronbach’s Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education / K.S. Taber // Research in Science Education. – 2018. – № 48(6). – С. 1273-1296.
45. The 10 Most Beautiful Beach Destinations In Vietnam // Forbes URL: https://www.forbes.com/sites/dandao/2019/06/29/best-beaches-in-vietnam/ (дата обращения: 11.04.2023).
46. Tourism: Principles and Practice / C. Cooper, W. Stephen, J. Fletcher [и др.]. – New Jersey : FT Prentice Hall, 2005. – 704 с.
47. UNWTO (2007), A practical guide to tourism destination management, Madrid, Spain
48. Vietnam’s DaNang Airport Awarded Airport Health Accreditation // ACI Asia-Pacific URL: https://www.aci-asiapac.aero/media-centre/news/vietnam-s-danang-airport-awarded-airport-health-accreditation (дата обращения: 11.04.2023).
49. World’s Most Improved Airports 2023 // World airport awards URL: https://www.worldairportawards.com/worlds-most-improved-airports-2023/ (дата обращения: 11.04.2023).
50. Chương trình về thực hiện Chuyên đề: Tập trung phát triển du lịch và dịch vụ chất lượng cao gắn với bất động sản nghỉ dưỡng; xây dựng Đà Nẵng thành điểm đến du lịch, dịch vụ hàng đầu, tầm khu vực, thành phố sự kiện, trung tâm hội nghị quốc tế." от 31.01.2020 № 38- CTr/TU // Thành Uỷ. – 2020
51. Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW от 30.12.2017 № 10652/KH-UBND // Uỷ Ban Nhân Dân. – 2017
52. Kế hoạch về phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2021-2025 от 16.11.2020 № 7513/KH-UBND // Uỷ Ban Nhân Dân. – 2020
53. Lê, Đ. V. (2018). Giải pháp chủ yếu phát triển du lịch Đà nẵng theo hướng bền vững // URL: <http://dbnd.danang.gov.vn/news/view/giai-phap-chu-yeu-phat-trien-du-lich-da-nang-theo-huong-ben-vung.html> (дата обращения: 11.04.2023).
54. Le, P. (2015). Trả lại đường bộ lên đỉnh Bà Nà cho dân // Phap Luat Online. URL: https://plo.vn/batdong-san/tra-lai-duong-bo-len-dinh-ba-na-cho-dan-534927.html (дата обращения: 11.04.2023).
55. Mai, A.V Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá phát triển bền vững du lịch / A.V Mai, T.B.H Ha // Tạp chí Công Thương- Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ.. – 2022. – № 1. – С. 10-15.
56. Nghị định về chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường от 30.05.2008 № 69/2008/NĐ-CP // Chính phủ. – 2008
57. Nghị định về quy định chi tiết một số điều của luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa" от 11.03.2018 № 39/2018/NĐ-CP // Chính phủ. – 2018
58. Nghị Quyết quy định chính sách hỗ trợ lãi suất đối với các tổ chức vay vốn để đầu tư các dự án phát triển kinh tế - xã hội quan trọng trên địa bàn thành phố đà nẵng от 12.07.2018 № 149/2018/NQ-HĐND // Hội Đồng Nhân Dân TP Đà Nẵng. – 2018
59. Nghị quyết quy định chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch trên địa bàn thành phố đà nẵng от 9.12.2020 № 324/2020/NQ-HĐND // Hội Đồng Nhân Dân TP Đà Nẵng. – 2020
60. Nghị quyết quy định nội dung và mức chi từ ngân sách nhà nước để thực hiện hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn thành phố đà nẵng đến năm 2025 от 9.12.2020 № 328/2020/NQ-HĐND // Hội Đồng Nhân Dân TP Đà Nẵng. – 2020
61. Nghị quyết về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn от 16.01.2017 № 08-NQ/TW // Bộ Chính Trị. – 2017
62. Nghị quyết về xây dựng và phát triển thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 от 24.01.2019 № 43-NQ/TW // Bộ Chính Trị. – 2019
63. Nguyễn, Đ. (2018). Dân phản đối dự án resort ở Đà Nẵng chặn lối xuống biển // Vnexpress. URL: https://vnexpress.net/danphan-doi-du-an-resort-o-da-nang-chan-loi-xuong-bien-3726096.html (дата обращения: 11.04.2023).
64. Quyết định ban hành bộ tiêu chí nhãn du lịch bền vững bông sen xanh áp dụng đối với các cơ sở lưu trú du lịch tại việt nam от 12.04.2022 № 1355/QD-BVHTTDL // Bộ văn hoá, thể thao và du lịch Việt Nam – 2022
65. Thư viện pháp luật Việt Nam [Электронный ресурс] URL: https://thuvienphapluat.vn/
66. Cơ sở hạ tầng xanh là gì? // San Francisco Public Utilities Commission URL: https://sfpuc.org/vi/programs/san-franciscos-urban-watersheds/what-green-infrastructure (дата обращения: 11.04.2023).

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**Сценарий интервью с экспертами**

Было проведено глубинное интервью с пятью экспертами. Это специально отобранные эксперты, 3 из Ассоциации туризма Дананга и 2 из фалкультета сервиса и туризма Данангского экономического университета. Все эти специалисты старше 40 лет и имеют более 15 лет опыта работы в области исследований развития регионального туризма.

Таблица 19: Информация экспертов, участвовавших в интервью и опросах [Составлено автором]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Эксперт | Научный Степень | Организация |
| 1 | Доцент | Ассоциация туризма Дананга |
| 2 | к.э.н. | Ассоциация туризма Дананга |
| 3 | к.э.н. | Ассоциация туризма Дананга |
| 4 | Магистр | Факультет сервиса и туризма, Данангский экономический университет |
| 5 | Магистр | Факультет сервиса и туризма, Данангский экономический университет |

**Сценарий:**

Уважаемые эксперты,

Меня зовут Чан Хоанг Уен Тхао, я магистранка Санкт-Петербургского государственного университета по направлению «Менеджмент дестинаций». В данный момент работаю над темой: «Развитие города дананг (вьетнам) как туристской дестинации» для дипломной работы. Целями данной работы являются: определить возможности развития города Дананг как устойчивой туристской дестинации.

В этой работе автор опирается на 2 набора критериев, первый набор представляет собой набор критериев GSTC для оценки устойчивого развития дестинации, а второй набор представляет собой набор оценки качества дестинации дестинации Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама, чтобы разработать собственный набор критериев с целью оценки качества дестинаций в городе Дананг с учетом факторов устойчивого развития туризма. Подобный набор критериев никогда не разрабатывался, поэтому данное интервью предназначено для консультации экспертов по содержанию критериев, является ли оно целесообразным или нуждается в изменении.

Экспертам предлагается сначала ознакомиться с содержанием критериев, а затем ответить на мое интервью.

Вопросы для интервью:

1/ Спасибо, что согласились на интервью, расскажите, пожалуйста, немного о себе и своем опыте работы в сфере туризма.

2/ Как Вы оцениваете актуальность установленных автором критериев?

3/ Соответствует ли набор критериев двум требованиям исследования: соответствует тенденциям устойчивого развития туризма в мире и должен соответствовать местным условиям?

4/ Какой совет вы бы дали?

Спасибо за ваш совет. До свидания и до новых встреч!

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

**Анкета для экспертов и результаты их оценки**

Таблица 20: Анкета для экспертов[Составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление** |  | | | | |
| Критерии | Методы оценки: Мнение эксперта  Пожалуйста, оцените от 1 до 5 баллов за то, насколько политики Дананга соответствуют критериям, и при необходимости дайте рекоммендации.  1. не хорошо  2. не плохо/ нормально  3. хорошо  4. Вполне хорошо  5. очень хорошо | | | | |
| **A1**. В дестинации действует эффективная организация, департамент, группа или совет/комитет, отвечающий за скоординированный подход к устойчивому туризму. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A2** Опубликованный документ, в котором изложена текущая стратегия и план действий в дестинации.  Стратегия/план четко обозначены и доступны в онлайн режиме. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A3** Определение конкретных поддающихся количественной оценке социально экономических, культурных и экологических показателей и целей.  Измерение по этим показателям, при этом результаты регистрируются и публикуются не реже одного раза в год. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A4** Поддержка и консультации по вопросам устойчивости для бизнеса, связанного с туризмом – имеется в наличии и продвигается. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A5** Документально оформленный план уменьшения рисков, управления кризисными ситуациями и реагирования на чрезвычайные ситуации в сфере туризма в дестинации. В плане  учитывается широкий спектр рисков, включая стихийные бедствия, терроризм, здоровье, истощение ресурсов и другие риски, характерные для данной местности. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **A6** Воздействие количества посетителей и реализуемой деятельности выявляется посредством наблюдения и обратной связи с общественностью и заинтересованными сторонами. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость** |  | | | | |
| **B2** Возможности для обучения и трудоустройства, которые поощряются и используются местными жителями, включая женщин, молодежь, национальные меньшинства и инвалидов. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B3** Инициативы по оказанию помощи местным фермерам, ремесленникам и производителям продовольствия в вовлечении их в туристскую цепочку создания добавленной стоимости. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B4** Существуют и поощряются схемы оказания туристами поддержки местным сообществам и инициативам по устойчивому развитию. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **B5** Службы безопасности и здравоохранения хорошо скоординированы и активно работают в дестинации. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость** |  | | | | |
| **C1** У дестинации разработана политика и система для оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей, в том числе построенное (архитектурное) наследие и культурные ландшафты. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C2** Дестинация поддерживает прославление и защиту нематериального культурного наследия, включая местные традиции, искусство, музыку, язык, гастрономию и другие аспекты местной идентичности и самобытности. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C3** Мониторинг потоков посетителей и их воздействия на культурные объекты, а также информирование о результатах мониторанга по всей дестинации. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C4** В дестинации действует система, способствующая защите и сохранению прав интеллектуальной собственности местных сообществ и отдельных лиц. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **C5** Кодекс практики для туроператоров и гидов и/или других видов взаимодействия с ними по вопросам управления посетителями на территории культурных объектов. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость** |  | | | | |
| **D1** В дестинации существует система мониторинга, измерения и реагирования воздействия туризма на окружающую среду, сохранения среды обитания, биологических видов и экосистем, а также предупреждения внедрения и распространения видов, представляющих угрозу. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D2** Мониторинг потоков посетителей и их воздействия на природные объекты с распространением результатов по всей дестинации. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D3** В дестинации есть целевые показатели по снижению энергопотребления, повышению эффективности его использования, а также увеличению использования возобновляемых источников энергии. Цели в области потребления энергии публикуются и пропагандируются. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D4** Программа мониторинга качества воды. Информация для посетителей о качестве местной питьевой воды, чтобы стимулировать использование в качестве альтернативы бутилированной воде. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D5** Программа мониторинга отходов с опубликованными результатами и целевыми показателями. Скоординированная кампания / консультации/поддержка совместно с туристскими предприятиями по вопросам обращения с отходами, включая пищевые отходы. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **D6** Инвестиции в более устойчивую транспортную инфраструктуру, включая общественный транспорт и транспортные средства с низким уровнем выбросов. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Результаты экспертного опроса будут рассчитаны путем сложения общего балла пяти оценщиков по каждому критерию / абсолютного балла.

Таблица 21: Результаты экспертного опроса [Составлено автором]

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии | Количество набранных баллов |
| A1 | 11/25 |
| A2 | 12/25 |
| A3 | 20/25 |
| A4 | 21/25 |
| A5 | 22/25 |
| A6 | 21/25 |
| B1 | 23/25 |
| B2 | 22/25 |
| B3 | 22/25 |
| B4 | 9/25 |
| B5 | 16/25 |
| C1 | 19/25 |
| C2 | 20/25 |
| C3 | 16/25 |
| C4 | 6/25 |
| C5 | 23/25 |
| D1 | 15/25 |
| D2 | 16/25 |
| D3 | 19/25 |
| D4 | 12/25 |
| D5 | 12/25 |
| D6 | 18/25 |

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

**ТЕСТ НАДЕЖНОСТИ АЛЬФЫ КРОНБАХА**

**Анкета для туристов**

* **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .833 | 8 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| B6a | 24.13 | 21.256 | .513 | .821 |
| B6b | 24.37 | 21.042 | .564 | .814 |
| B6c | 23.96 | 20.895 | .672 | .800 |
| B7a | 23.71 | 20.289 | .654 | .801 |
| B7b | 23.59 | 20.453 | .632 | .804 |
| B7c | 23.72 | 21.114 | .631 | .805 |
| B8 | 23.58 | 23.000 | .477 | .824 |
| B9 | 23.65 | 22.515 | .374 | .839 |

* **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | | |
| Cronbach's Alpha | | N of Items | |
| .836 | | 3 | |
| **Item-Total Statistics** | | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | | Scale Variance if Item Deleted | | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| C6a | 6.44 | | 3.314 | | .803 | .663 |
| C6b | 6.29 | | 3.379 | | .844 | .628 |
| C7 | 6.27 | | 4.277 | | .483 | .971 |

* **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | | |
| Cronbach's Alpha | | N of Items | |
| .783 | | 5 | |
| **Item-Total Statistics** | | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | | Scale Variance if Item Deleted | | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| D4 | 12.45 | | 10.043 | | .635 | .718 |
| D5 | 12.26 | | 10.479 | | .521 | .755 |
| D6 | 12.50 | | 9.760 | | .630 | .718 |
| D7 | 12.27 | | 10.641 | | .536 | .750 |
| D8 | 12.47 | | 10.668 | | .476 | .770 |

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

**ТЕСТ НАДЕЖНОСТИ АЛЬФЫ КРОНБАХА**

**Анкета для местных жителей**

* **РАЗДЕЛ А: Устойчивое управление**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | | |
| Cronbach's Alpha | | N of Items | |
| .704 | | 3 | |
| **Item-Total Statistics** | | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | | Scale Variance if Item Deleted | | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| A2 | 5.13 | | 1.791 | | .541 | .691 |
| A4 | 5.32 | | 2.321 | | .511 | .641 |
| A6 | 5.25 | | 1.806 | | .534 | .601 |

* **РАЗДЕЛ B: Социально-экономическая устойчивость**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .718 | 3 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| B2 | 7.04 | 3.433 | .508 | .667 |
| B3 | 7.10 | 3.020 | .636 | .618 |
| B4 | 7.84 | 2.661 | .499 | .705 |

* **РАЗДЕЛ C: Культурная устойчивость**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .735 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| C4 | 8.56 | 7.057 | .546 | .669 |
| C5 | 7.38 | 6.137 | .496 | .701 |
| C7 | 8.05 | 6.391 | .508 | .688 |
| C8 | 8.29 | 6.935 | .590 | .648 |

* **РАЗДЕЛ D: Экологическая устойчивость**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .796 | 4 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| D4 | 9.66 | 7.055 | .494 | .804 |
| D5 | 9.03 | 6.716 | .666 | .717 |
| D6 | 9.33 | 6.405 | .686 | .705 |
| D7 | 8.97 | 7.060 | .597 | .751 |

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 5**

**Карта туристских подразделений города Дананга**

A picture containing text, map, atlas

Description automatically generated

Рисунок 14 Диаграмма уровня использования туристской деятельности иностранными туристами в Дананге в 2019 г. [Составлено автором]

**Легенда:**

**1. Пляжное туристское пространство на восточном побережье**

Основные турпродукты:

1. Курортная столица: роскошный пляжный курорт

2. морские виды спорта, ночной клуб.

3. Парк солнца, ветра и песка (пляж My Khe)

4. Легендарные Мраморные горы

**2. Пляжное туристское пространство залива Дананг:**

Основные турпродукты:

1. Город на плавучем острове (Многофункциональный туристический комплекс: 360-градусный опыт в Дананге)

2. Захватывающие дух развлечения, подводное плавание с аквалангом, полеты на параплане, водные лыжи, полеты на воздушном шаре.

**3. Центральное городское туристское пространство:**

Основные турпродукты:

1. Транзитный проезд

2. Круизное путешествие

3. MICE-туризм

4. ВКГТ ночью

5. Круиз по реке Хан

6. Заезды, уникальная архитектура, фестиваль фейерверков, музыка на воде, мода, массовая свадьба, йога смеха

**4. Безналоговое городское туристическое пространство:**

Основные турпродукты:

1. Транзитный проезд

2. Квартиры курортного типа, виллы

3. Круиз, рыбалка, пикник

4. Беспошлинные покупки

**5. Туристическое пространство «Аэропорт городской» и морской порт**

Турпродукты:

1. Путешествия, покупки, развлечения, еда

2. Круизное путешествие

**6. Восточное горное пространство экотуризма (полуостров Сонтра)**

Основные турпродукты:

1. Роскошный курорт

2. Испытайте типичные экосистемы

3. Парк изменения климата (почувствуйте шторм, мусор и корону)

4. Духовный и религиозный туризм, медитация, йога… в пагоде Линь Унг. Посещение революционных исторических мест

5. Панорамный вид на Дананг

**7. Западное горное пространство экотуризма:**

Основные турпродукты:

1. Роскошный курорт

2. Захватывающий VCGT

3. Приключенческий экотуризм

4. Панорамный вид на Дананг

**8. Туристское пространство, связанное с сельским хозяйством – сельская местность:**

Основные турпродукты:

1. Знакомство с деревенской экосистемой

2. Отдых, кухня выходного дня

3. Знакомство с высокотехнологичными сельскохозяйственными процессами и продуктами

**9. Туристкое пространство, связанное с инновациями:**

Основные турпродукты:

1. Туризм, связанный с инновациями

2. Научно-познавательный туризм

3. Опыт творческих работ

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 6**

**Результат анкета для туристов и местных жители города Дананг**



Рисунок 15 Результат анкета для туристов



Рисунок 16 Результат анкета для местных жители города Дананг