

### **Литература**

1. Кукина Е. Н. Брендинг территорий: сущность и принципы разработки. [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/brending-territoriy-suschnost-i-printsipy-razrabotki> (дата обращения 01.11.2015)
2. Малькова В.К., Тишков А.В. Антропология историко-культурных брендов территорий, регионов и мест [Электронный ресурс]: URL: <http://www.valerytishkov.ru/engine/documents/document1448.pdf> (дата обращения 01.11.2015)
3. Теоретические основы брендинга города [Электронный ресурс]: URL: <http://repetitora.com/teoreticheskie-osnovy-brendinga-goroda> (дата обращения 01.11.2015)
4. Шигапова К.Г. Бренд и имидж территорий: характерные отличия [Электронный ресурс]: URL: [http://conference.osu.ru/assets/files/conf\\_reports/conf9/346.doc](http://conference.osu.ru/assets/files/conf_reports/conf9/346.doc) (дата обращения 01.11.2015)

А. Ю. Кардаш

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ**

В статье рассматриваются возможности и потенциал развития туризма в Республике Корея, а также наличие необходимой инфраструктуры и взаимоотношения с Россией в сфере туризма. Выделяются факторы, влияющие на развитие туристской отрасли на изучаемой территории.

*Ключевые слова:* Республика Корея, Южная Корея, Азия, туризм, ЮНЕСКО, транспорт, виды туризма, экономика, политика.

А. Y. Kardash

## **TOURIST POTENTIAL OF REPUBLIC KOREA**

В России, в связи с последними политическими и экономическими трудностями, можно отметить новые тенденции на туристическом рынке, и одна из них – это рост популярности азиатского направления. На Дальнем Востоке Российской Федерации Восточная Азия уже давно привычный туристический продукт. Страна, набирающая популярность у русских туристов, – Республика Корея. Потенциальные возможности и особенности развития туризма в Южной Корее основываются на многих факторах, в том числе экономических, географических, историко-культурных и других. Республика Корея расположена на южной части Корейского полуострова. Ее неофициальное название и широко употребляемое в средствах массовой информации – Южная Корея. Территориально граничит на севе-

ре с Корейской Народно-Демократической Республикой, вдоль границы располагается демилитаризованная зона. Это, возможно, один из факторов, который отрицательно сказывается на туристической сфере, так как с КНДР, больше известной как Северная Корея, часто происходят политические скандалы на почве бывшей корейской войны (1950-1953 годы), а также из-за ведения разных политик. Так, например, последний громкий конфликт между этими странами произошел летом 2015 года, это была провокация со стороны севера, которую в дальнейшем смогли урегулировать общими силами. Стоит отметить, что на территории Южной Кореи действует Закон о национальной безопасности, которые запрещает ввоз и распространение материалов из КНДР [2]. Но, несмотря на политическую напряженность, Южная Корея является одной из самых безопасных стран мира. По «Глобальному индексу миролюбия» она занимает 42 место из 162 стран [4].

Корея омывается с запада Желтым морем, с востока Японским морем, а с юга – Восточно-Китайским морем и Корейским проливом. Южной Корее принадлежит несколько островов, крупнейшие из которых – Чеджудо, Чедо и Коджедо. Климат муссонный, сопровождается жарким, влажным летом и холодной, сухой зимой. Южная Корея, благодаря своему выгодному географическому положению, имеет разнообразие природных ресурсов, так, самый большой остров, который относится к Южной Корее, был признан в 2007 году Международным фондом ЮНЕСКО «мировым заповедником природы», также было отмечено, что остров обладает редкими и вымирающими на данный момент видами растений и животных. В 2011 году на международном конкурсе под названием «New seven wonders of nature» Чеджу был признан одним из семи новых чудес природы. В Южной Корее располагаются двенадцать объектов как природных, так и исторических, внесенных в список ЮНЕСКО, а также около 22 парков, имеющих статус парков национального значения, и 31 провинциальный парков.

В Корее представлены несколько видов туризма. Например, культурно-познавательный туризм, возможный благодаря богатой истории и сохранившимся старинным постройкам. С недавних пор Корея начала опережать другие страны в области проведения сложнейших высокотехнологичных операций с использованием работ хирургических систем. В результате очень развит медицинский туризм. Ко всему прочему, хорошо развит оздоровительный туризм – в Корее насчитывается более 70 природных горячих источников, на базе которых действуют туристические курорты и спа-центры. Самый популярный вид туризма в Южной Корее (в первую очередь для самих же корейцев) – горный туризм, данный факт связан с тем, что около 70% страны – это горы. Также необходимо упомянуть о развлекательных турах, ведь в Корее находится парк развлечений, занесенный в «Книгу рекордов Гиннеса» как самый большой в мире тема-

тический парк под крышей, а также крупнейший развлекательный комплекс в Южной Корее «Эверленд». В последнее время стали довольно популярны шоппы-туры, многие стали часто заказывать корейские товары по почте, в первую очередь это касается корейской косметики, одежды, так как они отличаются своим высоким качеством и при этом невысокой ценой.

Республика Корея – страна с одной из самых развитых транспортных инфраструктур не только в Азии, но и в мире. Там формируется и преобразовывается мультимодальная транспортно-логическая система, в которую входят различные виды транспортных коммуникаций и логические центры с новейшими технологиями. Это один из важных факторов в развитии туризма. В Корее представлено четыре вида железнодорожного пассажирского транспорта. КХТ (Корейская скоростная железная дорога), на которой скорость пассажирских поездов достигает 300 км/ч. Поезда оборудованы всем необходимым для пассажиров: видео-, аудиосистемы, система внутренней связи, автоматы с продуктами питания, отделения для багажа и туалеты. Также имеется специально оборудованный вагон для инвалидов. В шести крупных городах Южной Кореи (Сеуле, Пусане, Тэгу, Инчхоне, Кванджу и Тэджоне) имеется метрополитен. Названия всех станций на картах метрополитена обозначены не только по-корейски, но и по-английски. Городскими автобусами иностранцам пользоваться трудно: все объявления и надписи сделаны только на корейском языке. Но, несмотря на это, в Южной Корее очень удобная автобусная транспортная схема. Каждый автобус имеет свой определенный цвет – желтый, синий, зеленый, красный. Желтые автобусы курсируют по центру города. Синие автобусы – в черте города. Зеленые автобусы ходят внутри каждого из районов. Красные автобусы следуют в пригороды. Южная Корея держит один из самых крупных в мире паромных флотов, который обслуживает прибрежные острова страны, а также осуществляет международные рейсы. Страны, связанные с Южной Кореей паромными переправами, – Япония, Китай и Россия. Также в стране расположено 108 аэропортов. Международный аэропорт Инчхон – главные воздушные ворота Южной Кореи, находится в 70 километрах от столицы и является одним из крупнейших аэропортов мира по показателям объема международных авиаперевозок и количества операций взлетов и посадок воздушных судов. Пассажирооборот в год на 2014 составил 49,848,010 человек. Этот аэропорт имеет множество премий и званий «Лучший аэропорт в мире» в различных рейтингах. По версии Международного совета аэропортов, Инчхон признан лучшим гражданским аэропортом мира. Главные авиаперевозчики Южной Кореи – «Korean Air» и «Asiana Airlines».

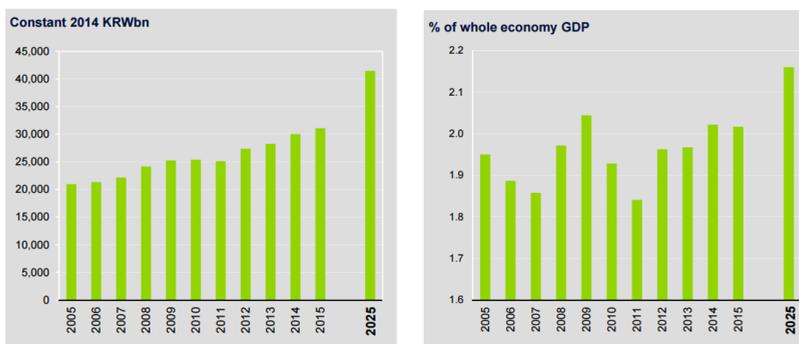
В Республике Корея представлены различные средства размещения, так, как гостиницы, мотели, гест-хаусы, кондоминиум, возможна аренда жилья. Согласно международным стандартам, гостиницы в Корее класси-

фицируются по пяти категориям в зависимости от количества звезд. С января 2015 года, после внесения изменений в систему классификации, все отели были разделены на 5, 4, 3, 2, 1-звездочные. До этого отели страны подразделялись на пять категорий: супер-де-люкс, де-люкс, гостиницы первого, второго и третьего класса. В Южной Корее представлены сети отелей – как местных, так и международных: «Intercontinental», «Hyatt», «Novotel», «Renaissance», «Sheraton», «The Ritz Carlton». «BENIKEA» – это сеть корейских отелей, название которой составлено из начальных букв слогана «Best Night in Korea» («Лучшая ночь в Корее»). Сеть гостиниц «BENIKEA» находится под управлением Национальной Организации Туризма Кореи совместно с Министерством спорта и туризма Республики Корея. Сеть «BENIKEA», доступная практически в любом регионе страны, предоставляет своим клиентам самые различные варианты временного жилья. Туристу предложен большой выбор в плане размещения в Южной Корее: от дорогого европейского до экономного традиционного, в зависимости от цели поездки и предпочтений.

В каждом корейском городке большой выбор разнообразных точек питания. Доступности общественного питания способствует, в первую очередь, его относительная дешевизна. Корейская кухня нравится далеко не всем – блюда достаточно острые и соленые. Сами корейцы прекрасно осведомлены об особенностях национальной кухни. Поэтому часто бывает так, что иностранцам специально подают блюда либо с малым количеством перца, либо вообще без него. В меню острые блюда всегда отмечены красным или оранжевым, что предупреждает об их остроте. Закуски при заказе подают бесплатно, и чаевые оставлять там не принято. В Корее распространены заведения с китайской, японской или европейской кухней. Молочные продукты, например, сметана, кефир или творог, а также вяленая или копченая рыба и мясо, гречка, овсянка не представлены ни в магазинах, ни в кафе, единственное место, где можно приобрести подобные товары, – русский район.

Вклад туризма в 2014 году в ВВП Южной Кореи составил 30046.7 миллионов вон (2,0% ВВП) [3]. По прогнозам на 2015 год, ожидается рост на 3,5% до 31093.3 миллионов. [Рис.1.] Это, в первую очередь, отражает экономическую деятельность гостиниц, туристических агентств, авиакомпаний и других услуг пассажирского транспорта (за исключением пригородных услуг), а также деятельность ресторанов и индустрии развлечений. Можно сделать вывод, что туризм является важной составляющей экономики Кореи.

SOUTH KOREA: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



\*KRW - корейская национальная валюта - вона.

Рис. 1. Вклад туризма в ВВП Южной Кореи

В последние несколько лет поток русских туристов начинает устремляться в восточный регион Азии. На территории региона расположены Монголия, Китай, Тайвань, Япония, КНДР и Республика Корея. Ряд стран из этого списка особенно отличился в 2015 году. По данным Федерального агентства по туризму, три страны из восточного региона Азии входят в топ-50 наиболее популярных направлений по выезду с целью туризма у россиян за рубеж в 1-м полугодии 2015 года. Китайская Народная Республика занимает 9-е место, Республика Корея – 23-е место, Япония – 43-е. Рост туристов в Республику Корея связан с тем, что с 1 января 2014 года начало действовать «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Корея о взаимной отмене визовых требований», в течение полугодия гражданам РФ разрешено пребывать на территории Южной Кореи без визы (не более 90 дней в общей сложности). Это способствует более активному совместному развитию обеих стран. После введения безвизового режима в 2014 году российский турпоток в Южную Корею составил 126239 человек, что на 18% выше по сравнению с 2013 годом. Можно заключить, что рост весьма заметен. В России данное направление в основном разрабатывают региональные туроператоры. Среди них нет представителей крупных туристических компаний. Вследствие тесных отношений двух стран, на территории России представлены посольство Южной Кореи в Москве и шесть консульств: во Владивостоке, Иркутске, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Южно-Сахалинске и Ростове-на-Дону. По данным Росстата, рост турпотока в Россию обеспечивают именно страны Востока, при этом количество корейских туристов на тер-

ритории РФ с каждым годом растет. Немало важно то, что в Корее активно продвигают Россию как туристическое направление, например, летом 2015 года в Южной Корее впервые прошла рекламная кампания: на крупнейших телевизионных каналах страны транслировалась серия роликов «Клуб путешественников. Россия». Также был создан специальный сайт [www.russia.koreanair.com](http://www.russia.koreanair.com), на котором корейские путешественники могут узнать больше об особенностях и культуре России [1]. На туристический поток также благоприятно отразятся и ближайшие события – 23-е Зимние Олимпийские игры, которые пройдут в 2018 году в одном из городов Республики Корея, Пхенчхане.

Подводя итог, можно отметить, что все имеющиеся ресурсы Южная Корея использует в полной мере. Изучение туристического потенциала страны дало возможность сформировать список видов туризма, которые можно развивать на данной территории. Сдерживающим фактором в развитии этой дестинации на российском туристическом рынке может являться недостаток знаний о стране как следствие отсутствия массового рекламирования.

#### **Литература**

1. В Южной Корее прошла рекламная кампания по продвижению России [Электронный ресурс] / Турпром: URL: <http://www.tourprom.ru/pressrelease/7631/> (дата обращения 01.11.2015)
2. Советы российским туристам, приезжающим в Южную Корею [Электронный ресурс] / Российская Газета: URL: <http://www.rg.ru/2014/05/30/korea-site.html> (дата обращения 01.11.2015)
3. Travel & Tourism Economic Impact 2015 South Korea [Электронный ресурс] / The World Travel & Tourism Council: URL: [http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/economic%20impact%202015%20summary\\_web.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/economic%20impact%202015%20summary_web.pdf) (дата обращения 01.11.2015)
4. Vision of humanity [Электронный ресурс]: URL: [www.visionofhumanity.org/#/page/indexes/global-peace-index](http://www.visionofhumanity.org/#/page/indexes/global-peace-index) (дата обращения 01.11.2015)