

Чжан Мао

аспирант

ДВФУ

г. Владивосток, Приморский край

Теория в отношении потенциала развития регионального туризма и конкуренции

***Аннотация:** в статье рассматриваются вопросы формирования, функционирования и развития туристического комплекса, выделяются стадии развития туризма, причины формирования туристического комплекса, а также его состояние на разных этапах.*

Туризм и недвижимость – это 2 крупные и важнейшие составляющие национальной экономики, туристический комплекс представляет собой продукт соединения туризма и недвижимости, изучение формирования и развития туристического комплекса с учетом обобщения правил формирования и развития туристического комплекса имеет важное практическое значение для осуществления инвестиций и менеджмента в туристическом комплексе. С исторической точки зрения, а также точки зрения развития, путем обобщения процессов развития туризма, получение ключевых причин и процесса развития туристического комплекса после проведения анализа тенденций развития туризма, а также знакомство с ситуацией развития туристического комплекса КНР, способствуют росту знаний общественных масс о функционировании и закономерностей развития туристического комплекса.

1. Начиная еще с времен примитивного человеческого труда в древности и до текущего момента, когда этот труд развился в виды деятельности человека в современной его общемировой форме, уже прошло *3 стадии развития туризма* – древний туризм, туризм нового времени и современный туризм.

1.1. Длительный период истории древнего туризма от конца эпохи первобытного общества и до начала эпохи промышленной революции характеризуется особенностью, заключающейся в миграциях в целях получения наживы, исключения опасностей или удобного производства. В достаточно длительный период до промышленной революции человечество испытывало ограничения в виду неудобства транспорта и недостаточного объема знаний об окружающей среде, сфера деятельности человека была маленькой, и люди покидали свои места проживания крайне редко, кроме случаев, связанных с производственной необходимостью и личными интересами.

1.2. Период туризма нового времени начался с времени промышленной революции и длился до 1945г. Второй мировой войны, этот период знаменует собой конкретные события туризма нового времени лета 1845г., Томас Кук впервые организовал групповое путешествие развлекательного характера 350 человек из г Leicester в г Ливерпул, Томас Кук возложил на себя обязанности гида и руководителя этой группы, а также еще в ходе путешествия пригласил для работы местного гида. В середине 19 века развитие туристической деятельности

человечества заметно шагнуло вперед во многих аспектах и приобрело 3 основных особенности: 1) количество людей, выезжающих за рубеж в целях развлечения, увеличилось, а также это приобрело определенные масштабы, туристические мероприятия стали иметь социальный смысл в общемировых рамках; 2) торговые пассажирские перевозки получили быстрое развитие. Появление и развитие перевозок в торговых целях принесло огромные удобства для деятельности человечества, а также стимулировало развитие туризма в этот период времени; 3) зарождение группового туризма и достижение определенного уровня развития.

1.3. Со Второй мировой войны и до настоящих дней современный туризм развивался очень быстрыми темпами. Массовый туризм по всему миру распространялся повсеместно особенно заметно начиная с 60-ых годы 20 века, способы путешествий также стали более разнообразны. В развитии туризма в этот период появилось 4 особенности: (1) объект туризма становился более массовым. (2) формы развития туризма стали более разнообразными. (3) увеличилось пространство для туризма. (4) цель туризма стала развлекательной и способы реализации путешествия стали разнообразными.

2. Ключевые причины формирования туристического комплекса. Туризм после прохождения своего развития на этапах древности, 2 этапов развития нового времени, стал характеризоваться 4 вышеуказанными особенностями. Массовый характер объекта туризма увеличил масштаб спроса населения на туризм, разнообразие форм туризма разнообразило способы туризма населением, а богатство туристического пространства разнообразило туристический опыт людей, а трансформация туризма в туризм в развлекательных целях и богатство способов реализации поездок привели к появлению новых требований в туризме. Формирование туристического комплекса вызвано особенностями туризма - трансформация туризма в туризм в развлекательных целях и богатство способов реализации поездок, а рождение туристического комплекса имеет в основном 5 ключевых причин: 2.1. Разнообразные потребности современных туристов в туристических продуктах. Теория многоуровневости потребностей Маслоу. Потребности людей подразделяются на 5 видов, градация подобна лестнице – от нижнего ряда к верхнему, есть переход от уровня к уровню вверх, а именно: биологические потребности, потребность в безопасности, эмоциональная потребность и потребность принадлежности, потребность уважения, потребность в самореализации. По мере экономического развития и повышения уровня жизни человечества значительно растут и потребности туристов в туристическом продукте, а также растет потребность в качестве туристического продукта. Согласно международной практике туристические расходы зачастую проходят процесс увеличения, обычно это делится на 3 стадии – экскурсионный туризм – развлекательный туризм – курортный туризм.

2.2. Предприниматели, занятые в сфере туризма, стремятся к прибыли. Туристический комплекс основывается на туристических ресурсах и территориях, а также осваивается и формируется с учетом основополагающего

принципа – туристическое развлечение, ключевые функции – комплекс гостиниц, развлекательные программы, рекреационная зона недвижимости, взаимодействующие между собой, и в совокупности представляет собой туристическую базу отдыха с достаточно высоким качеством обслуживания. Это также является экономико-туристической системой. Появление туристического комплекса – это переход модели туристических расходов от экскурсионного туризма монотипа к курортам комплексного типа, модели развития живописных рекреационных зон от монотипа к комплексному, освоения ресурсов недвижимости от традиционной по типу квартир к комплексу недвижимости рекреационного типа. Это также и результат 3 уровневых переходов. С этой точки зрения туристический комплексно и естественным образом стимулирует и основные силы туризма Китая для перехода на новый уровень, туристический комплекс, являясь ключевым для отраслей в переходе на более высокий уровень, по сравнению с другими отраслями в туризме обладает более мощными возможностями, и стал ключевым для приобретения прибыли. Очевидно, что экономическая направленность – важная движущая сила для развития и формирования туристического комплекса.

2.3. Потребность в повсеместном укреплении имиджа туристической марки. По мере перехода на новый уровень туризма при создании местной туристической марки в каком-либо регионе уже не только учитываются туристические ресурсы, относительно обладающие преимуществами, туристический комплекс, являясь ключевым для перехода на новый уровень туризма, - это неотъемлемый выбор при повсеместном создании туристической марки для развлекательного курортного туризма.

2.4. Предоставление большего количества трудовых мест в регионе. Ввиду того, что гостиницы, комплексные развлекательные объекты и материальные объекты управления представляют собой трудоемкие отрасли, потребность туристического комплекса в трудовых ресурсах очень велика. Обычно туристический комплекс со средним масштабом нуждается в количестве человек не менее 1500, туристический комплекс обеспечивает трудовую занятость в регионе, способствует развитию местного сельского хозяйства в городах и селах, и в общем играет очевидную стимулирующую роль во многих аспектах.

2.5. Переход на новый уровень путем стимулирования отрасли и трансформации. Модель туристических расходов в развлекательном туризме уже постепенно была заменена на модель комплексного курортного туризма. При сравнении модель освоения живописных туристических зон монотипа уже постепенно трансформировалась в модель освоения комплекса туристических объектов. Соединение освоения комплекса туристических объектов с освоением недвижимости способствовало тому, что модель освоения недвижимости из освоения городских квартир трансформировалась в освоение местной рекреационной туристической недвижимости. Отсюда видно, что появление туристического комплекса – это результат взаимодействия моделей туристических расходов, развития живописных зон, освоения недвижимости.

3. Состояние туристического комплекса на ранних этапах. Туристические живописные зоны – это более простая ранняя форма туристического комплекса,

воплощение раннего этапа развития туристического комплекса. Живописная зона – это пространство или зона с основной функцией туризма и иными соответствующими мероприятиями. Она обладает экскурсионной, развлекательной функциями, а также инфраструктурой для туристического обслуживания и соответствующим сервисом. Ввиду того, что структура функций еще достаточно проста, туристический продукт живописной зоны часто ограничен такими простыми объектами, как – естественный пейзаж, культурная составляющая, развлекательная инфраструктура. Экскурсионный туризм занимает главный этап, управление освоения живописных зон когда-то представляло собой модель освоения в туризме для предприятий, занятых в сфере туризма, и местного правительства, что было в центре их внимания. Появление туристической недвижимости знаменует переход туристического комплекса на новый этап. Туристическая недвижимость указывает на объект, опирающийся в своем строительстве на богатые окружающие туристические ресурсы, и отличный от традиционных квартирных, развлекательных, курортных, жилищных объектов.

Сюда включаются курорты, развлекательные туристические тематические парки, гостиницы, квартиры с живописным видом или в живописной зоне и т.д. По сравнению с обычной квартирой, особенность и преимущество туристической недвижимости заключается в неразрывной связи туризма и недвижимости, обладает еще более лучшей естественной природной и архитектурной панорамой, одновременно с этим обладает совершенными комплексными функциями и высокой инвестиционной ценностью. Туристическая недвижимость начала развиваться с замков аристократии Европы эпохи средневековья, в начале 20 века это приобрело масштабы и коммерческую направленность, в основном это представлено особняками на средиземноморском побережье на юге Франции. В 60-ых гг. 20 века особняк, расположенный в Альпийских горах, сначала привлекал посетителей путем сезонных продаж клиентам, что знаменовало формирование туристического рынка. На сегодня сезонные гостиницы, рекреационные зоны с полями для гольфа, горные курорты, особняки, представленные во всем мире, подогрели интерес на туристическом рынке до состояния новой волны.

С 21 века, являясь субъектом стимулирования 2 популярных отраслей, отвечающих внутренним потребностям, туризм и недвижимость получили долгосрочное развитие. *Проявление особенностей развития туристической недвижимости:* 1) квартиры для разнообразных видов отдыха, особняки, гостиницы получили достаточно широкое развитие, строительство за рубежом, продвижение приобретения земель за рубежом, способы покупки земель за рубежом значительно расширили пространство для туристических объектов; 2) огромная комплексность, освоение многофункциональной туристической недвижимости непрерывно приобретают все большее значение, а также постепенно становятся основным вопросом в освоении туристической недвижимости внутри страны; 3) спорт, здоровье, долголетие, новые впечатления, отдых и другие факторы неразрывно связаны с туристической недвижимостью и обслуживанием, а также составляют основную ценность и

опору.

Туристический комплекс непрерывно связан с постепенным развитием туризма, появившись именно таким образом, по мере развития общества и экономики, потребности туристов ежедневно растут, туристический комплекс должен будет развиваться в сторону приспособления к потребностям туристов, и на базе дальнейшего развития также неизбежно породит другие способы и направления развития.

Список литературы

1. Ву Биху. Развитие мирового туризма. 2006.
2. Ю Шань. Исследование туристической недвижимости. 2009.
3. Фу Гуан Шэн. Современный туризм появился в Англии. 2005.