

**Теличева Е. Г.**

**КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК СТАРТОВОЕ УСЛОВИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)**

**Теличева Е.Г.**

**E.G. Telicheva**

**КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК СТАРТОВОЕ УСЛОВИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)**

**COMPETITIVE ADVANTAGES AS A START CONDITION OF REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT BY THE EXAMPLE OF KHABAROVSK TERRITORY.**

**Теличева Елена Геннадьевна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры «Социально-культурный сервис и туризм» Тихоокеанского государственного университета; г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская 136, 8(4212)22-44-21

**Mrs. Elena Telicheva** – Candidate of Sociological Sciences, associate professor. Pacific National University (Russia? Khabarovsk, 136 Nihookeanskaya street), tel : 8 (4221) 22-44-21

**Аннотация:** Внутренний и въездной туризм являются приоритетными направлениями государственного регулирования туризма в Хабаровском крае. Однако анализ данных туристского потока свидетельствует о превышении туристского импорта над экспортом, что не соответствует экономическим интересам региональной политики. Автором выявлены факторы, сдерживающие развитие въездного и внутреннего туризма; проведены социологические опросы: с целью определения отношения иностранных туристов к Хабаровскому краю как туристской дестинации и определения отношения жителей города Хабаровска к созданию туристско-рекреационной зоны на острове Большой Уссурийский.

**Summary:** Domestic tourism and inbound tourism are government regulation priorities in Khabarovsk Territory. However, data analysis of a tourist flow is the evidence of excess of tourist imports over exports. This fact is not in the economic interests of regional policy. Also sociological survey was made which aims to defining of foreign tourists attitude to Khabarovsk Territory as tourist destination and defining of inhabitants attitude to tourism and recreation zone development on the Bolshoi Ussuriyski islang.

**Ключевые слова:** туризм, туристский регион, туристская дестинация, конкурентное преимущество, инновации, социологические исследования, эффективность.

**Key words:** tourism, tourist region, tourist destination, competitive advantage, innovations, sociological searching, efficiency.

**УДК 338.48**

В современном мире конкурентоспособность стала одним из ключевых понятий, определяющих успешность субъекта на внешнем и внутреннем рынках.

Понятие конкурентоспособность чаще всего используется в системе маркетинга, как области деятельности, направленной на достижение конкурентных преимуществ.

Научные школы экономики и управления, основываясь на различных концептуальных подходах, предлагают несколько отличные друг от друга трактовки. Например, по мнению М.И. Гальвановского конкурентоспособность – это понятие, которое отражает требования рынка и ориентирует субъекты конкурентной борьбы на активные действия по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению. В.В. Овчинников трактует конкурентоспособность как способность товара обеспечить коммерческий успех на определенном рынке в условиях действия конкурентов.

Производным от понятия конкурентоспособность, является понятие конкурентные преимущества.



Конкурентное преимущество — это те характеристики рыночной деятельности предприятия, которые создают определенное превосходство над конкурентами. Создание конкурентных преимуществ связано с разработкой комплекса мер в области товара, распределения, цены, стимулирования, обеспечивающего превосходство над аналогичными действиями конкурентов.

Конкурентные преимущества в рамках региона – это уникальные осязаемые и неосязаемые ресурсы, которыми обладает регион, а также стратегически важные для данного региона сферы бизнеса, которые позволяют ему побеждать в конкурентной борьбе. Конкурентные преимущества представляют собой высокую компетентность региона в индустрии туризма, которая дает ему наилучшие возможности преодолевать конкуренцию, привлекать туристов и сохранять их приверженность к посещению данного региона /1/.

Таким образом, под конкурентоспособностью следует понимать, прежде всего, обладание уникальными свойствами, создающими преимущества для субъекта конкурентной борьбы.

Ключевыми областями формирования конкурентных преимуществ на предприятиях сферы туризма становятся: инновации в сфере туристских услуг, качество туристских услуг и управление поведением потребителей.

Одним из критериев уровня развития страны является степень социальной ориентированности ее экономического развития. В концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года одним из главных направлений является повышение уровня жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, конкурентоспособности туристских услуг. Развитие предпринимательства и добросовестной конкуренции в туризме является одним из важнейших факторов, способствующих формированию новой социально-ориентированной экономики.

Для оценки конкурентоспособности туристской индустрии используются специальные рейтинги. Заслуживает внимания оценка, проводимая Всемирной организацией туризма и путешествий (WTTC).

В ежегодном докладе Travel and Tourism Competitiveness Report, публикуемом в рамках Всемирного экономического форума World Economic Forum (WEF), рассматривается индекс конкурентоспособности туристской индустрии различных стран, учитывающий факторы, влияющие на привлекательность туристской индустрии для развития и инвестиций. Все факторы подразделяются на три блока:

- законодательное регулирование,
- бизнес-климат и инфраструктура,
- человеческие, культурные и природные ресурсы.

При составлении рейтинга и индекса конкурентоспособности секторов путешествий и туризма (ТТСИ) используются статистические данные и исследования всемирных организаций, в том числе, Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Международного союза по сохранению природы (IUCN), Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), а также результаты опросов топ-менеджеров. В 2008 году в рейтинге участвовали 124 страны (Россия заняла 64 место), в 2009 – 133 страны (Россия заняла 59 место), в 2011 – 139 стран (Россия осталась на 59 месте в мире, в Европе – на 33 месте). Туристские ресурсы и возможности России оцениваются очень высоко, однако по многим инфраструктурным показателям Россия заняла одно из последних мест.

В последнем четвертом отчете 2011 года по сектору путешествий и туризма Всемирного экономического форума (ВЭФ), который озаглавлен «По ту сторону кризиса», верхние строчки рейтинга заняли Швейцария, Германия, Франция, Австрия, Швеция, США, Великобритания, Испания, Канада, Сингапур (таблица 1).

Таблица 1

Рейтинг конкурентоспособности секторов путешествий и туризма

Страна	Рейтинг 2009 г.	Рейтинг 2011 г.	Изменения в рейтинге 2009-11 г.г.
Швейцария	1	1	0
Германия	3	2	+1
Франция	4	3	+1
Австрия	2	4	-2
Швеция	7	5	+2
США	8	6	+2
Великобритания	11	7	+4
Испания	6	8	-2
Канада	5	9	-4
Сингапур	10	10	0
...	...	...	...
Россия	59	59	0

Как и в предыдущие годы, в 2011 году сильными сторонами России в сфере туризма были названы богатые рекреационные ресурсы. Отмечено, что в последние два года повышается уровень развития инфраструктуры, в частности, улучшена инфраструктура воздушного транспорта, но инфраструктура наземного транспорта осталась неудовлетворительной. К негативным факторам отнесена низкая ценовая конкурентоспособность, проблемы с доступностью человеческих ресурсов, слабая эффективность туристской политики, а среда регулирования сектора путешествий и туризма охарактеризована как неблагоприятная [2].

Правительством Хабаровского края туристская отрасль определена как одна из наиболее перспективных и динамично развивающихся отраслей в экономике края. Приоритетными направлениями государственного регулирования туризма в крае признаны: поддержка и развитие внутреннего и въездного видов туризма, обеспечивающих привлечение инвестиций в экономику края, развитие туристской инфраструктуры, а также создание привлекательного имиджа края как одного из туристских центров Дальнего Востока России [3].

По данным Управления по туризму министерства экономического развития и внешних связей Хабаровского края, по итогам 2011 года 270 организаций оказывают туристско-экскурсионные услуги на территории края, 138 из которых включены в Единый федеральный реестр туроператоров.

Численность занятых непосредственно в туризме края составила 1,9 тысяч человек. Объем туристских услуг, реализованных в 2009 году, составил 538 млн. рублей, что на 14,5% больше уровня 2008 года.

Проследив динамику туристского потока Хабаровского края за 2005 – 2011 годы, можно отметить тенденцию к спаду въезда иностранных и российских туристов, посещающих край в 2009 году как следствие финансово-экономического кризиса [4].

В период с 2005 по 2008 годы общий турпоток края характеризуется положительной динамикой. Въезд иностранных посетителей в 2009 году в край сократился на 52,5% (около 10,0 тысяч человек) по сравнению с аналогичным показателем 2008 года. С 2010 года наблюдаются положительные изменения по въездному туризму в Хабаровском крае, показатель въезда составил 347 тысяч человек, что на 0,4% больше показателя 2009 года. В целях



определения отношения иностранных туристов к Хабаровскому краю как туристской дестинации в мае 2011 года на базе кафедры «Социально-культурный сервис и туризм» Тихоокеанского государственного университета было проведено исследование. Исследование было организовано со следующими целями: выявить демографические, социально-экономические характеристики респондентов, предпочтения культурного характера; цель и период приезда; причины неудовлетворенности потребностей и спроса; направления повышения конкурентоспособности туристской дестинации Хабаровского края.

Порядок сбора информации:

- опрос респондентов в городе;

- посещение офисов туристских компаний, гостиниц г. Хабаровска и проведение анкетирования.

Методика исследования включала в себя статистические и аналитические методы сбора и обработки информации. При этом в качестве основного метода получения информации использовалось письменное анкетирование непосредственных потребителей данных услуг, которые и являлись источником информации.

Метод построения выборки – простая случайная выборка. С учетом отсеянных и забракованных анкет выборка составила 152 человека (иностранцев туристов).

В исследовании приняли участие 152 респондента, из них, 71% жителей КНР, 25% японцев и 4% жителей Канады. Большинство из опрошенных относятся к возрастной группе от 26 до 44 лет. 4% респондентов путешествуют по Хабаровскому краю семьей, 36% - индивидуально, 13% путешествуют в компании и 35% приехали в составе туристической группы.

Большинство респондентов ранее не посещали Хабаровский край, к ним относятся 52% опрошенных, посещали ранее Хабаровский край около 21% опрошенных, город Хабаровск посещали 35% респондентов. Как источник информации о Хабаровском крае 54% респондентов указали знакомых, друзей и родственников, 29% иностранцев о Хабаровском крае узнали в туристическом агентстве, 25% указали источником Интернет, около 7% узнали о крае в специализированных каталогах, туристических изданиях и только 5% респондентов узнали о крае из рекламы.

Целью посещения Хабаровского края для 42% иностранных жителей является отдых, 19% приехали в Хабаровский край с целью получения образования, профессионально-деловая цель отмечена 12% опрошенных, 12% респондентов отметили гостевую цель, по 8% из опрошенных указали спортивную цель и трудоустройство, 4% приехали с целью лечения и оздоровления.

Популярным видом транспорта иностранцев для прибытия в Хабаровский край является воздушный (71%), железнодорожным транспортом, как и на автобусе, прибыли 15% опрошенных. Из опроса выявлено, что чаще всего иностранцы пребывают на территории Хабаровского края от трех до четырех дней (25%), от одной до двух недель останавливаются 23% респондентов, пять-семь дней отмечены 17% респондентов, 17% указали пребывание более шести месяцев, от двух недель до месяца пребывают 7% иностранцев и от двух до трех месяцев останавливаются в Хабаровском крае 6% иностранцев. 54% иностранных посетителей отметили удовлетворение качеством предоставляемых туристских услуг в Хабаровском крае, 21% опрошенных затруднились ответить и 19% указали, что скорее удовлетворены качеством, чем нет.

Самым популярным туристическим объектом Хабаровского края для иностранцев явились музеи (62%). Экскурсии по Хабаровску выбрали 60% респондентов. Также приезжающим иностранцам интересны посещение кинотеатров (40%), спортивно-зрелищных объектов (29%), выезды на природу (27%), посещение туристического центра «Утес» (13%), туристического комплекса «Заимка» (13%), кинотеатров (17%), круизы по Амуру (12%), походы в горы (9%).

**Теличева Е. Г.**

## **КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК СТАРТОВОЕ УСЛОВИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)**

К недостаткам в путешествии по Хабаровскому краю иностранные гости отнесли высокие цены в магазинах (25%), высокие цены в ресторанах и на продукты питания (17%), некачественное питание (11%), высокие цены в гостиницах (9%), преступность и отсутствие или ограниченная возможность пользования средствами связи (7%). Развитием инфраструктуры в крае удовлетворены 54% респондентов, 46% затруднились ответить на данный вопрос.

В целях повышения конкурентоспособности региона в туристской направленности, в исследовании предлагался перечень направлений, которые необходимо развивать. Повышение уровня сервиса было отмечено 27% респондентов, 23% хотели бы увеличить разнообразие предоставляемых туристам развлечений, на снижение цен на гостиничные услуги и транспортные тарифы указали 17% опрошенных, снизить цены на туристические путевки предложили 13% респондентов, формирование имиджа предложено 11% респондентов, повышение квалификации обслуживающего персонала и налаживание контактов с зарубежными туристскими фирмами отметили 9% иностранцев.

Желание осуществить путешествие по Хабаровскому краю еще раз проявили 61% иностранных посетителей, скорее всего, посетят еще раз Хабаровский край 35% иностранцев, отказались от приезда снова 4% респондентов.

Анализ данных туристского потока свидетельствует о превышении туристского импорта над экспортом, что не соответствует экономическим интересам края и, в значительной степени, снижает вклад туризма в региональную экономику. Опираясь на результаты анкетирования, отчеты Управления по туризму, можно заключить, что основными сдерживающими факторами являются: низкая инвестиционная активность в сфере туризма; значительный физический и моральный износ транспортных средств, осуществляющих перевозку туристов; отсутствие в крае современных круизных судов и круглогодично действующего перехода российско-китайской границы; недостаточное количество средств размещения и объектов культурно-развлекательного назначения, уровень и состояние которых соответствуют требованиям современного туристского рынка; высокие цены на основные туристские услуги, качество которых не соответствует мировым стандартам, ярко выраженная сезонность туризма в связи с суровыми климатическими условиями; недостаток культурно-развлекательных объектов и несоответствие их мировым стандартам, недостаточная безопасность отдыха. Проблема и в малочисленности знаковых событийных мероприятий – фестивалей, национальных праздников, конференций. Кроме того возможности края мало рекламируются за рубежом и в России [5].

Указанные проблемы существенно снижают возможный экономический эффект от туризма, обусловленный межотраслевым характером его деятельности (оказание посреднических услуг в виде сформированного туристского предложения).

Так, по данным Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю за 2009 год, свыше 73% затрат предприятий на производство турпродукта составили расходы на приобретение прав на услуги сторонних организаций, наибольший удельный вес среди которых заняли: услуги по размещению и проживанию (47%), транспортному обслуживанию (41,6%) и питанию (5,5 процентов).

По оценке Дальневосточного НИИ рынка при Минэкономразвитии России, в 2009 году доля туризма в валовом региональном продукте Хабаровского края составила с учетом мультипликативного эффекта 4,6%, при чём за счёт прямых доходов от туризма было обеспечено 0,4% ВРП, остальные 4,2% сформированы косвенными к туризму видами экономической деятельности (среднероссийский показатель с учетом мультипликативного эффекта – 6,3%).

Вышеизложенное свидетельствует о необходимости устойчивого развития на территории края современного туристского комплекса, способного обеспечить как население, так



и прибывающих в край российских и иностранных гостей современными, качественно новыми и доступными туристскими услугами [6].

Таблица 2

## Экономическая эффективность от реализации Проекта

Кластеры/компоненты	Инвестиции, млн. руб. (в ценах 2010 года)	IRR, %	PBP, лет
<i>Проект в целом,</i>	22000,0	18,22%	8,89
<i>в том числе:</i>			
Кластер 1 - Инфраструктура	12225,3	-	-
Кластер 2 - Жилищный	4280,2	26,58%	6,15
- <i>Поселок таун-хаусов</i>	1398,7	18,43%	4,82
- <i>Коттеджный поселок эконом</i>	2457,0	43,63%	7,42
- <i>Коттеджный поселок люкс</i>	424,5	13,41%	6,88
Кластер 3 - Развлекательный	2819,2	16,13%	10,78
- <i>Парк развлечений</i>	399,2	34,16%	6,94
- <i>Гостиница 3*</i>	162,8	27,26%	9,31
- <i>Аквапарк</i>	496,9	13,50%	11,77
- <i>Конноспортивный комплекс</i>	20,2	7,67%	12,66
- <i>Торгово-развлекательный центр</i>	1375,0	10,82%	12,44
- <i>Гольф-клуб</i>	365,1	5,87%	13,40
Кластер 4 – Оздоровительный центр	840,0	-	-
Кластер 5 – Торгово-логистический	461,6	14,87%	9,61
- <i>Логистический центр</i>	295,0	14,27%	9,82
- <i>Бизнес-центр</i>	166,6	15,86%	9,28
Кластер 6 - Сельскохозяйственный	132,0	5,88%	13,50
Кластер 7 – Восточно-Азиатский центр делового сотрудничества	1241,7	19,60%	8,40

В Хабаровском крае государственное регулирование туризма осуществляет Управление по туризму, входящее в состав министерства молодежной политики, спорта и туризма Хабаровского края. Управлением по туризму ведется работа по формированию системы государственной поддержки внутреннего и въездного туризма, включающая в себя: развитие туристской инфраструктуры, привлечение в край российских и иностранных туристов, а также продвижение турпродукта Хабаровского края на российском и международном рынках туристских услуг. Работа по развитию туризма в крае велась в тесном взаимодействии с отраслевыми министерствами и муниципальными образованиями края (город Комсомольск-на-Амуре, Ванинский, Нанайский, Советско-Гаванский, Солнечный и Хабаровский муниципальные районы). Создан каталог инвестиционных предложений в сфере туризма.

В целях реализации в полной мере экономических возможностей туризма, министерством молодежной политики, спорта и туризма края с участием туристской обществен-

**Теличева Е. Г.**

**КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК СТАРТОВОЕ УСЛОВИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
(НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)**

ности и заинтересованных организаций разработана концепция краевой целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае (2013 – 2020 годы)», которая прошла публичное обсуждение, была рассмотрена и одобрена Советом по развитию туризма при Губернаторе Хабаровского края. Данный документ предполагает преобразование туристской специализации Хабаровского края и формирование следующих туристских кластеров на его территории: создание рекреационных зон в пределах крупных городских агломераций; развитие речных и морских круизов; создание лечебно-рекреационных туристских центров на базе имеющихся бальнеологических ресурсов в Ванинском и Советско-Гаванском муниципальных районах.

*Таблица 3*

**Социальная и бюджетная эффективность Проекта**

Показатель	Ед. изм.	Значение
<i>1. Социальная эффективность</i>		
количество рабочих мест, создаваемых в ходе реализации Проекта	рабочих мест	1142
<i>2. Бюджетная эффективность</i>		
поступления в бюджеты всех уровней в ходе реализации Проекта за период 2010-2030 гг.	млн. руб.	11 008,7
<i>в т.ч. поступления в региональный бюджет</i>	млн. руб.	7600,7

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского района на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20.12.09 г. № 2094, разработаны направления развития туристского комплекса Хабаровского края в рамках Программы: определено создание объектов туристско-рекреационного использования в пределах городских агломераций, в т.ч. туристско-рекреационного комплекса на о. Большой Уссурийский. В 2010 году Правительством Хабаровского края совместно с Краевым Автономным Учреждением «Институт развития Дальнего Востока» создана концепция Проекта «Комплексное развитие острова Большой Уссурийский». Целью данного Проекта является создание на острове туристско-рекреационного комплекса международного значения, сочетающего экономическую эффективность с принципами устойчивого использования острова в интересах России и Китая. Экономическая и социальная эффективность от реализации проекта представлена в таблицах 2,3.

Понимая выгоды и политическую необходимость симметричного подхода к хозяйственному освоению российской части острова Большой Уссурийский, Правительство Хабаровского края определило приоритетным туристско-рекреационное направление развития острова [7].

С целью определения отношения жителей города Хабаровска к созданию туристско-рекреационной зоны на острове Большой Уссурийский был проведен социологический опрос. Было опрошено 423 жителя города Хабаровска. В исследовании приняли участие люди разных возрастных групп, уровня дохода и проживающие в разных районах города. 69% опрошенных к разделу территории острова относятся отрицательно, а к благоустройству – положительно. Нейтральное отношение к разделу и положительное к благоустройству выразили 14% опрошенных. Нейтрально к разделу и благоустройству относятся 4% респондентов, и 13% респондентов вообще не следят за событиями, связанными с островом. На вопрос



о привлечении внимания жителей города Хабаровска к острову после создания на острове туристско-рекреационной зоны 83% опрошенных отметили, что, несомненно, остров будет пользоваться спросом у жителей Хабаровска, а 17% определили, что интереса к данной территории не возникнет, так как жители Хабаровска предпочитают отдых за границей. На вопрос «Поехали бы вы на остров с целью отдыха при транспортной доступности к острову?» 15% ответили «нет», а 85% опрошенных согласились посетить остров. Из опроса было определено, какую денежную сумму могли бы потратить хабаровчане на отдых на острове за сутки: менее 1000 рублей готовы потратить 13% респондентов, 1000 – 2000 рублей – 33%, 2000 – 5000 рублей – 32%, 5000 – 10000 рублей могут потратить 14% опрошенных и более 10000 рублей смогли бы потратить 8% из исследуемых.

По результатам проведенного исследования можно заключить, что были опрошены респонденты разных возрастных групп, проживающие в разных районах города Хабаровска. Уровень дохода большинства опрошенных составляет от десяти до двадцати тысяч рублей в месяц. Определено, что средняя потраченная сумма за сутки, проведенные на острове с целью отдыха, составит от одной до пяти тысяч рублей. Показательным является мнение жителей города Хабаровска о том, что данная территория при ее хозяйственном освоении будет, несомненно, пользоваться спросом у хабаровчан. Также положительным результатом является то, что 85% опрошенных выразили свой интерес к посещению острова с целью отдыха. Из предложенных объектов в опросном листе, определенных в концепции «Комплексное развитие острова Большой Уссурийский», наиболее интересным, по мнению жителей города, является аквапарк. Приоритетным направлением в привлечении туристов станет комплексное освоение острова Большой Уссурийский в качестве туристско-рекреационной зоны.

Резюмируя, следует отметить, что конкуренция в сфере туризма включает:

- конкуренцию по местам рекреации: в сознании потребителей конкурируют климатические и ландшафтные преимущества тех или иных мест;
- конкуренция по уровню комфорта: конкурируют специально созданные условия, такие, как комфортность транспорта, применяемого для перевозок туристов, комфортность мест проживания;
- конкуренция по ширине ассортимента оказываемых услуг;
- конкуренция по продвижению туристского продукта.

На рынке туристских услуг Хабаровского края существуют возможности для внедрения новых туристских продуктов, создающих конкурентные преимущества. Этот рынок характеризуется конкуренцией между небольшими предприятиями и динамизмом конкурентной обстановки.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова. – М., 2004. – 200 с.
2. Морозова, Н.С. Конкуренция и конкурентоспособность в туризме / Н.С. Морозова // Цивилизация знаний: проблемы человека в науке 21 века: Труды двенадцатой международной научной конференции - М.: РосНОУ, 2011. – 0, 8 п.л.
3. Постановление «Об основных направлениях развития туризма в Хабаровском крае на период 2008-2012 годов»: от 6 марта 2008 г. № 72-пр / Правительство Хабаровского края. – Хабаровск, 2008.
4. Итоги развития туризма в Хабаровском крае в 2010 году / Данные Управления по туризму министерства молодежной политики, спорта и туризма Хабаровского края. – 2011.
5. О развитии туризма в Хабаровском крае в 2010 году / Регулирование туризма // Туристический портал Хабаровского края. – <http://www.travel.khv.ru>.
6. Кравченко М. «Поярков» на приколе / М. Кравченко // Российская газета., 2011 г. – <http://www.rg.ru>.
7. Артемьева З. «Новый Гонконг» на Большом Уссурийском / З. Артемьева // Российская газета., 2011 г. – <http://www.rg.ru>.