

УДК 338.48(597)

ИМИДЖ ВЬЕТНАМА И ТУРИЗМ

Чан Тхи Хоанг Йен

ГОУ ВОП «Воронежский государственный университет», Воронеж, Россия (394006, Россия, г. Воронеж, Университетская площадь, 1), e-mail: office@main.vsu.ru

Поставлена новая проблема системного осмысления и представления имиджа страны Вьетнам на основе анализа российских печатных СМИ второй половины XX века - первого десятилетия XXI века. Проведен анализ и оценка имиджа Вьетнама в общем по рядам мировых индексов, таких как глобальный индекс миролюбия, ВВП на душу населения, индекс мировой организации по восприятию коррумпированности, индекс экологической эффективности, отчет о глобальной конкурентоспособности 2011-2012 гг., индекс развития человеческого потенциала программы развития ООН, индекс экономической свободы в мире в 2012 г. фонда Heritage и Wall Street Journal. Сделан обзор усилия правительства Вьетнама в повышении имиджа государства разными путями. Рассмотрен туристический имидж Вьетнама по его реальной инфраструктуре. Предлагается оформить имидж Вьетнама на специальном для русских туристов концепте «Вьетнам - сказочное море».

Ключевые слова: имидж страны, туризм, концепт, шкала.

IMAGE OF VIETNAM AND TOURISM

Tran Thi Hoang Yen

Voronezh State University, Voronezh, Russia, Voronezh, Russia (394006, Russia, Voronezh, University Square, 1), e-mail: office@main.vsu.ru

We've staged a new issue of system understanding and presentation of the image of Vietnam on the basis of analysis of Russian print media during the second half of the twentieth century and the first decade of the twenty-first century. We've analyzed and evaluated the image of Vietnam in general, through the ranks of world indices, such as global index of peacefulness, the GDP per capita, the index of the world organization in the perception of corruption, the index of environmental performance report on global competitiveness 2011-2012., the human development index of the program UN Development, index of Economic freedom of the World in 2012 by the Heritage Foundation and the Wall Street Journal. We also have made review about efforts of Vietnamese Government in improving the image of the country in different ways. Moreover, Vietnam's image of tourism and its real infrastructure are considered. We supposed to make the image of Vietnam on a special concept for Russian tourists: "Vietnam - fabulous sea."

Keywords: image of the country, tourism, concept, scale.

Любая страна – это уникальный по набору конгломерат ценностей, национальных интересов, особенностей географического положения, характеристик внутригосударственной экономической системы, социальных и политических процессов, этнических и культурных особенностей, традиций, нравов, обычаев и иных параметров, эволюционирующих в развивающемся сообществе людей. Каждая страна представлена в массовом сознании образом, наделенным уникальными характеристиками. Формирование имиджа страны – сложный и многосторонний процесс, одним из составляющих которого является создание внешнего имиджа страны, его образа, того, как данное государство воспринимают население других государств, средства массовой информации, внешние инвесторы. Внешний имидж представляет собой набор определенных элементов, таких как отношение потребителей к предлагаемому страной продукту (услуги), проводимая рекламная кампания и работа с

общественностью (СМИ, инвесторы, население и т.п.), а также осязаемый имидж, воспринимаемый потенциальными потребителями.

Вьетнам для многих стран – в том числе и для сегодняшней России – остается очень далекой и малоизвестной страной. Возможно, самый общеизвестный факт – это американо-вьетнамская война. Иногда о Вьетнаме вспоминают в связи с выходцами из этой страны, которые занимаются торговлей на местных рынках.

Для нового поколения россиян Вьетнам открывается заново: люди узнают о прогрессирующей экономике этой страны, об уникальных туристических маршрутах и др. В предложениях туроператоров отдых во Вьетнаме для россиян появился относительно недавно. Главной причиной предубежденного отношения к этой стране были и остаются стереотипы о том, что во Вьетнаме вообще небезопасно, а уж русским туристам там и подавно нечего делать, да и в целом такой отдых – напрасная трата денег и ценного времени отпуска. Все это – заблуждения, которые не имеют реальных оснований, все это – результат нехватки информации. К сожалению, это мнение уже сложилось в головах у большинства людей, а ломать стереотипы очень нелегко.

И все же с каждым годом все больше туристов выбирают туры во Вьетнам и остаются полностью довольными своим отдыхом в этой стране. По статистике национального комитета по туризму Вьетнама, в 2005 году ездили во Вьетнам больше 23 000 граждан РФ, и с того времени количество приезжающих россиян достигло впечатляющего роста. В 2006 году было 28 776 человек, в 2007 г. – 44 554 человек, в 2011 г. – больше 100 000 человек, и за первые 5 месяцев 2012 г. – больше 87 000 человек. За последние 3 года Россия с 25-го места переместилась на 11-е в списке стран, откуда приезжают отдыхать во Вьетнам.

Вьетнам привлекает россиян природными песчаными пляжами, неповторимыми пейзажами дельты Красной реки, древними религиозными храмами, тропическими лесами и настоящими джунглями. Поклонников нетрадиционных методов лечения поражает знакомство с таинствами восточной медицины. Приверженцы восточных философии и религии смогут посетить монастыри и воочию увидеть жизнь знаменитых буддийских монахов. Привлекают также умеренные цены, высокий уровень безопасности, а также новые комфортабельные отели и уникальные туристические маршруты.

Проблема безопасности. По глобальному индексу миролюбия 2012 г., который построен на основе 23 различных критериев, Вьетнам занимает 34/158 место (табл. 1).

Таблица 1 - Рейтинг индекса миролюбия стран Юго-Восточной Азии и Дальнего Востока [14]

| | Страна/ территория | Позиция |
|--|--------------------|---------|
| | Япония | 5/158 |
| | Малайзия | 20/158 |
| | Сингапур | 23/158 |
| | Тайвань | 27/158 |
| | Вьетнам | 34/158 |
| | Лаос | 37/158 |
| | Ю. Корея | 42/158 |
| | Монголия | 58/158 |
| | Индонезия | 63/158 |
| | Китай | 89/158 |
| | Таиланд | 126/158 |
| | Мианмар | 139/158 |
| | Северная Корея | 152/158 |

Новый Вьетнам также привлекает россиян тем, что здесь можно оперативно пройти паспортный контроль, что вьетнамцы – очень доброжелательные люди и что здесь необыкновенно чистое море, уникальные морепродукты и фрукты, различные виды массажа и т.д. Это – положительные стереотипы, которые способствуют формированию позитивного внешнего имиджа Вьетнама.

Хотя в Интернете встречается немало и негативных отзывов. Зарубежные гости считают Хошимин городом, наводненным преступниками всех мастей – от карманников до отравителей. Не обошли иностранные гости вниманием также и мифических подростков, бегающих по улицам с ножами и нападающих на случайных прохожих. Кроме того, вызывают нарекания дороги. В сельских районах нередко по шоссе гуляет домашний скот – быки, буйволы и собаки, кошки. Строительные площадки на трассах часто не выделены предупреждающими знаками. У местных автомобилей может работать только одна фара, нередки и неполадки в тормозных системах. Страна маленькая, и ее распространенный образ – крестьяне, стоящие склоненными в плодородной жиже рисовых полей [2].

Список болезней, поджидающих иностранцев во Вьетнаме, велик – в него включены гепатит, ВИЧ, брюшной тиф, туберкулез, дифтерия, пищевые отравления, и особенно инфекционные заболевания, вызванные жарким и влажным климатом и нечистыми санитарными условиями. С целью изучения имиджа Вьетнама у россиян зимой 2012 г. нами был проведен опрос разных возрастных групп людей в г. Воронеже. Данное исследование призвано было выявить

имидж Вьетнама в представлении российских граждан. В качестве основных методов использовались опрос, обработка и интерпретация результатов. В проведенном опросе принимали участие воронежцы в возрасте от 17 до 65 лет. Все респонденты были опрошены по специальной анкете. В результате оказалось, что никто из опрошенных не имеет негативного отношения к Вьетнаму. Почти 1% опрошенных побывали во Вьетнаме, но многие планируют это сделать. Они получили информации о Вьетнаме из разных каналов (Интернет, СМИ, книги, знакомые, школа и др.). Самое популярное представление о Вьетнаме у опрошенных: война, море и шляпа. Отношения между Вьетнамом и Россией считаются либо хорошими, либо нейтральными. Однако среди азиатских стран больше, чем Вьетнам, выбирают Японию, Китай и Таиланд.

Приблизительно до середины XX в. в СССР мало знали о Вьетнаме и вьетнамцах – разве что в связи с войной с французами. Вьетнам был отсталой феодальной страной, а Франция могучей колониальной державой. Тем не менее победа оказалась на стороне маленькой страны. Первые вьетнамские студенты, а затем и рабочие были первыми носителями образа «вьетнамца» в сознании советских людей.

Сегодня в России проживает около 80 тысяч вьетнамцев (четверть – в Москве, живут в общежитиях, на съемных квартирах, у друзей) [3]. Вьетнамцев считают спокойными и трудолюбивыми, но усиливающиеся волны эмиграции наводят на мысль, что во Вьетнаме нет университетов и достойной работы (автору данной работы не раз приходилось отвечать на такие вопросы: «Почему Вы приехали сюда учиться? У Вас нет университетов?», «Вы поедете домой после учебы? Есть ли у Вас на родине возможность устроиться на работу?»).

Имидж страны в значительной степени определяется формирующими его структурами. А таких немало: власть, пресса, бизнес и другие заинтересованные структуры и лица. На международной арене, в первую очередь, влияние оказывают первые лица страны, те, кто осуществляет продвижение и, условно говоря, «продажу» отраслевых кластеров экономики – банковской сферы, транспорта, туризма, гостиничного дела.

Важнейшие характеристики привлекательности любой территории – стоимость и качество жизни. ВВП на душу населения – главный фактор, который позволяет судить о стране. Согласно данным национального бюро статистики, ВВП на душу населения Вьетнама в 2010 г. составлял 1169 \$ [17]. Несмотря на то что эти данные помогли Вьетнаму избавиться от списка стран с низким доходом в мире, все же по сравнению с другими странами Восточной Азии и Юго-Восточной Азии доход на душу населения Вьетнама остается на низком уровне. Одна из самых серьезнейших проблем – отсутствие постоянного доступа к чистой воде, антисанитария [6].

По *Transparency International* (мировая организация по восприятию коррумпированности), Вьетнам является одной из самых коррумпированных стран в мире. В 2012 г. Вьетнам занимал 123-е место из 176 стран и территорий по сравнению с 112 позицией прошлого года. По уровню восприятия коррупции в государственном секторе Вьетнам получил 31 балл (по шкале 0-100). В 2011 г. Вьетнам получил 2,9 балла по шкале 0-10 (табл. 2).

Таблица 2 - Индекс коррупции Вьетнама [15]

| Год | Индекс (балл) | Позиция |
|------|---------------|---------|
| 2001 | 2.6 | 75/91 |
| 2002 | 2.4 | 85/102 |
| 2003 | 2.4 | 100/133 |
| 2004 | 2.6 | 102/145 |
| 2005 | 2.6 | 107/158 |
| 2006 | 2.6 | 111/163 |
| 2007 | 2.6 | 123/179 |
| 2008 | 2.7 | 121/180 |
| 2009 | 2.7 | 120/180 |
| 2010 | 2.7 | 116/178 |
| 2011 | 2.9 | 112/182 |
| 2012 | 31 | 123/176 |

*Примечание: * с 2001-2011 индекс по шкале 1-10 баллов (<5 баллов - высокий уровень коррупции);*

** в 2012 году индекс по шкале 0-100 баллов (<50 - высокий уровень коррупции).*

Несмотря на заметный рост экономического индекса, на развивающийся рынок, высокий уровень коррупции Вьетнама оказывает плохое влияние на психологию иностранных инвесторов в целом и русских инвесторов в частности. Особенно негативно воздействуют на кредиты ОПР финансовая деятельность, благотворительные проекты, невозвращенные кредиты правительств иностранных государств и иностранных предприятий для Вьетнама. Репутация страны из-за этого снижается.

На Всемирном экономическом форуме в Давосе было объявлено, что Вьетнам находится в списке 10 стран с низким качеством воздуха. Два экологических центра исследований Йельского университета и Колумбии в США сделали годовой отчет под названием *Environmental Performance Index (EPI)*, обследовав 132 страны. Они использовали спутниковые данные для оценки уровня загрязнения и тем самым рассчитали, как уровень

загрязнения влияет на здоровье человека. По качеству воздуха Вьетнам занимает 123 место в рейтинге 132 обследованных стран.

По влиянию окружающей среды на здоровье человека Вьетнам занимает 77 место, по качеству воды – 80 место, по общему индексу – 79 место [18]. Загрязнение окружающей среды является глобальной проблемой, однако любая страна должна понимать, что при конструировании позитивного имиджа, при развитии индустрии туризма решения этой проблемы не избежать.

Туристы жалуются на антисанитарию пунктов достопримечательностей, особенно в коммунальных туалетах. Лидеры туристической отрасли обещали еще в 2010 г. исправить ситуацию, однако эта цель, к сожалению, до сих пор не была достигнута [12].

В отчете о глобальной конкурентоспособности 2011-2012 гг. Всемирного экономического форума (ВЭФ) Вьетнам занимает 65 место из 142 обследованных стран. ВЭФ пессимистически оценил рост инфляции во Вьетнаме, кроме того, отметил высокий бюджетный дефицит (6% в 2010 г.) и отставание в развитии инфраструктуры.

Качество образования, несмотря на значительный прогресс по сравнению с прошлым годом, все еще занимает скромную позицию среди других стран. Административные процедуры продолжают оставаться основным препятствием для инвесторов. Для того чтобы приобрести лицензию на предпринимательскую деятельность во Вьетнаме, необходимо пройти девять процедур, потратив на них 44 дня.

По статистике ВЭФ, за последние 25 лет разница в доходах вьетнамских людей в среднем и людей развивающихся стран в Азии увеличилась. В 1985 г. доход одного вьетнамского работника был почти эквивалентен доходу работников других аналогичных по развитию стран Азии (около 400–500 USD по курсу на тот момент). В настоящее время этот показатель значительно ниже [12] (рис. 1).

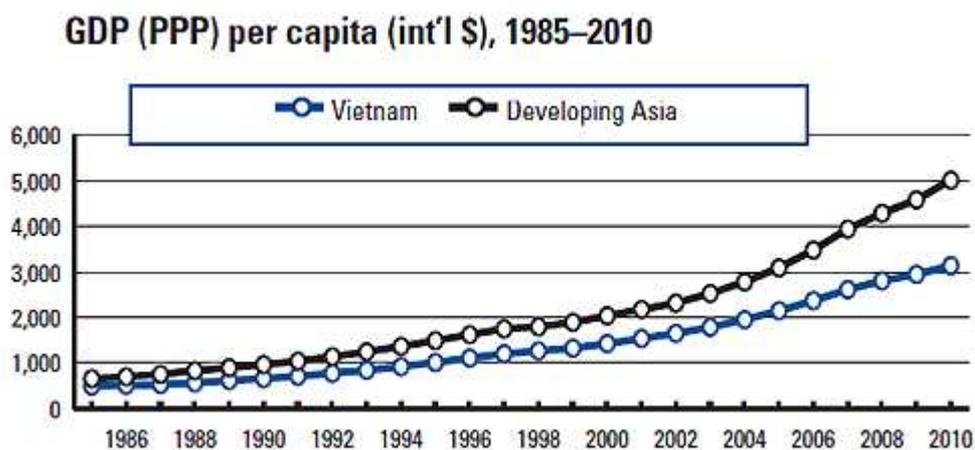


Рис. 1 [13].

Согласно статистике 2011 г. Индекса развития человеческого потенциала программы развития ООН, Вьетнам занял 128 место среди 187 государств и был отнесен к группе стран со средним индексом. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) является составным индексом ожидаемой продолжительности жизни, грамотности, образования и уровня жизни стран по всему миру. Это стандартный показатель качества жизни, особенно обеспечения детей. ИРЧП также может быть использован для оценки страны: развитые, развивающиеся и наименее развитые страны. Это также индекс, который определяет влияние экономической политики на качество жизни [11].

По данным годового отчета по индексу экономической свободы в мире в 2012 г. Фонда *Heritage* и *Wall Street Journal*, Вьетнам занимает 136 место среди 184 стран [8]. Это действительно не впечатляющие для иностранных инвесторов показатели.

Существенное внимание маркетинговым мероприятиям по повышению привлекательности Вьетнама для туристов и инвесторов уделяют государственной власти. Одним из первых таких шагов стало принятие постановления о программе национального бренда, одобренного премьер-министром в решении № 253/2003/QĐ-ТТg от 25 ноября 2003 г. Программа состоит из двух основных пунктов. Во-первых, она должна помочь вьетнамским предприятиям повысить осведомленность об их товарных знаках. Во-вторых, определить наиболее престижные бренды Вьетнама и активно задействовать их в программе.

Государство намерено работать с предприятиями, осуществлять конкретные программы по повышению конкурентоспособности каждого бренда, направлять их с учетом трех основных критериев «качество – инновация, творчество, способность руководства» и продвигать имидж Вьетнама на внутреннем и мировом рынках. Премьер-министр также объявил 20 апреля днем Товарных знаков Вьетнама [16].

Наряду с экономикой, политикой и культурой туризм является одним из основных составляющих, оценивающих национальный бренд. Вьетнам уделяет особое внимание развитию туризма, основываясь на преимуществах природных условий и длинной береговой линии. В последнее время в рамках программы продвижения вьетнамского имиджа на международном рынке вообще и на российском рынке в частности, правительство организовало и приняло участие во многих мероприятиях.

- Участие 97 вьетнамских компаний в выставке вьетнамского экспортного продукта в России с 15 по 18 сентября 2009 г.
- Участие в Международной выставке туризма *Expotravel* в Екатеринбурге (7-8 октября 2011 г.).
- Участие в выставках и ярмарках отдыха *Leisure* в Москве с 18 мая по 25 сентября 2011 г.
- Организация Дней культуры Вьетнама в России (20-27 сентября 2011 г.).

- Присоединение к 21-й Международной сельскохозяйственной выставке «Экспоцентр» в Москве 23 сентября 2012 г.

- Организация фестиваля культуры и туризма Вьетнама во Владивостоке с 10 по 13 июля 2012 г.

Недавно во Вьетнаме завершен показ документального сериала «Открой Вьетнам с Мартином Ян», который обошелся государству в 1 млн \$. Двадцать шесть серий построены как очерки о 14 городах Вьетнама, об их достопримечательностях, природе, кулинарии и др. [10].

Кроме того, канал *VTV4*, работая на азиатскую, европейскую, американскую и африканскую территории, рассказывает о том, что происходит в стране.

Также примером удачного проекта можно отметить проводящийся летом 2012 г. в Лондоне фестиваль «Вьетнам». Такие фестивали в столице Туманного Альбиона важны тем, что привлекают внимание именно к кулинарии и культуре во Вьетнаме. По мнению властей, это привлечет к нам не только туристов, но и зарубежных инвесторов.

Инвестиции в туризм – это эффективная инвестиция в формирование имиджа страны. Однако бюджет для туризма во Вьетнаме определен очень скромный. Национальное управление туризма когда-то предполагало, что каждый приезжающий во Вьетнам потратит 1 \$ для продвижения, рекламы внутри страны и за рубежом. Если в 2011 г. во Вьетнаме побывали 6 миллионов посетителей, то это будет 6 миллионов долларов для рекламной кампании. На самом же деле в 2011 г. бюджет для продвижения туризма составил лишь 2,7 миллиона \$ (доход же от туризма – это более 6 миллиардов \$, или около 5% ВВП). А в 2012 г. государственный бюджет на развитие туризма сокращен еще на 1,5 миллиона \$. В то время как, например, Таиланд в 2010 г. затратил 130 млн \$ для продвижения туризма и собирается увеличить эту сумму до 237 миллионов долларов в 2011 г. (180 миллионов посетителей). В 2011 г. тайский туризм внесет около 10% в ВВП. Сингапур - небольшая страна, но потратила 171 млн \$ на расширение изображения страны (10 миллионов посетителей), Малайзия в 2011 г. потратила 40 млн \$ на продвижение (25 миллионов посетителей) [9]. Что Вьетнам будет делать с 1,5 млн \$, когда эта сумма еще разделена: Национальному управлению туризма 70%, Департаменту по международному сотрудничеству 20%? Думается, власти не должны экономить на мероприятиях по пропаганде национального имиджа, ведь в связи с ростом узнаваемости национального бренда государство получает серьезные экономические, политические и общественные выгоды.

Любая страна, являющаяся популярным туристским направлением, процветает экономически и находится в более выгодном положении по сравнению со странами,

имеющими неразвитую туристскую инфраструктуру. В связи с этим улучшение туристской инфраструктуры по основным компонентам системы туристского обслуживания (транспортная доступность, гостиничный сектор, предприятия питания, информационное обслуживание туристов, система продвижения турпродукта на мировой рынок, кадровый потенциал, уровень и разнообразие туристского обслуживания, создание новых туристских маршрутов, проведение массовых культурно-спортивных мероприятий – фестивали, олимпиады, юбилейные даты, вопросы безопасности туристов и нормативно-правовая база) обязательно вызывает рост числа иностранных туристов.

Объективно во Вьетнаме в последние годы произошли значительные перемены в области туристской инфраструктуры. Возросло число новых комфортабельных гостиничных комплексов, удовлетворяющих общепризнанным мировым стандартам. А лет 20 назад, до политики открытых дверей, система отелей и хостелов во Вьетнаме была непривлекательной для иностранных гостей. В 1991 г., когда Организация по промышленному развитию ООН помогла Вьетнаму осуществить Международный инвестиционный форум в Хошимине, Вьетнам мобилизовал почти все отели этого города для 600 гостей. Ханой не мог позволить себе принять такое количество посетителей. В 1995 г. во Вьетнаме было 42 388 гостиничных номеров, из которых 22 287 номеров имели право на принятие иностранных гостей и 12 735 номеров от местных отелей и отелей министерств. К 2000 г. Вьетнам имел более чем 3000 отелей с 66 000 номеров, в том числе 461 отель был классифицирован по международному стандарту от 1-5 звезд. В настоящее время во Вьетнаме в общей сложности насчитывается примерно 12 тысяч гостиниц, их совокупная вместимость составляет 235 тысяч номеров, сообщает *Maestro-News*. На долю отелей категорий от трех до пяти звезд приходится 19% гостиничного фонда Вьетнама. В стране работают 48 пятизвездочных отелей с общим номерным фондом более 12 тысяч комнат, 110 четырехзвездочных отелей (13 500 комнат) и 235 трехзвездочных отелей (примерно 16 400 комнат) [7].

Транспортная система. Она включает несколько видов транспорта, но с точки зрения туризма имеют значение четыре вида транспорта: авиационный, автомобильный, железнодорожный и водный. Уровень развития любого из них определяется густотой сети трасс, их качеством, уровнем подвижного состава и особенностями организации перевозок. Вьетнам имеет 21 аэропорт, в том числе 8 международных аэропортов. Это международный аэропорт Нойбай (Ханой), Таншоньят (Хошимин), Да Нанг (Дананг), Кан Тхо (Кан Тхо), Кам Рань (Кхань Хоа), Фу Бай (Хюэ), Чу Лай (Куанг Нам), Фу Куок (Киен Занг). Существуют прямые рейсы из Москвы до Ханоя и Хошимина (и обратно) почти каждый

день, из Дальнего Востока (из Владивостока, Челябинска и Хабаровска) до Камраня и из Москвы до Ньячанга.

Вьетнам имеет 3260 км береговой линии и плотную речную систему. Поэтому на протяжении многих лет большой популярностью у иностранных и местных туристов пользуются речные круизы. В последнее время количество туристов, приезжающих во Вьетнам на теплоходах, увеличилось. В туристических городах, где есть теплоходы, корабли, круизы являются важным видом транспорта между землей и островами. В Ха Лонге, где есть одно из 7 новых чудес света, существует традиционный тур: путешествовать и ночевать в круизе.

Объекты общественного питания. Питание считается вторым по важности элементом туристского путешествия после сферы гостеприимства. К предприятиям общественного питания относятся рестораны, кафе, бистро, закусочные, столовые, трактиры, бары, пабы и пр. Однако во Вьетнаме очень популярны уличные кафе, где вкусно готовят деликатесы за минуту по низкой цене [4]. В разных русских интернет-форумах путешественники, которые побывали в стране, дают позитивные отзывы и рекомендации [1]. Кроме этого, появилось большое количество известных во всем мире брендов, таких как «Макдоналдс», «Старбакс», KFC, Pizza Hut... Существует также множество национальных ресторанов китайской, итальянской, японской, французской и другой кухни.

Система развлечений. Вьетнам богат культурными достопримечательностями, в том числе здесь есть 16 объектов мирового наследия ЮНЕСКО (3 из них природное наследие, остальные – культурное). Удельный вес в туристской отрасли и околотуристских сферах Вьетнама таких видов отдыха, как ночная жизнь, ниже, чем в Таиланде. Вьетнам больше подходит для одиночек, небольших групп или семей, решивших провести отдых в спокойной обстановке, для серфинга, рыбалки, гастрономических удовольствий, шопинга, лечения, ознакомления с древней историей экзотической азиатской страны, о которой россияне знают пока очень мало. Молодежные тусовки можно найти в Муйне, некоторых заведениях Ханоя и Хошимина. Однако таким ночным заведениям разрешают работать только до 12 часов ночи.

Важнейшим элементом туристского бизнеса являются туристические фирмы, организующие и обеспечивающие прием иностранных туристов. С развитием русского туристического потока во Вьетнам количество туристических агентств заметно увеличилось. Однако самая острая проблема в том, что русскоговорящих гидов во Вьетнаме немного, и эту проблему необходимо решить в ближайшее время.

Вьетнам входит в десятку самых привлекательных для отдыха мест в мире. В Великобритании, например, в октябре 2007 г. проводился опрос об их любимых местах на

всей Земле. В категории «Любимая экзотическая страна» победителями стали Камбоджа, Вьетнам и Япония [5]. Турпоток из России во Вьетнам постоянно растет. Этому способствует и то, что в страну с 2009 г. не нужна виза при сроке пребывания до двух недель, и то, что увеличивается число прямых авиарейсов между двумя государствами. Также Вьетнам предлагает отличные возможности для пляжного отдыха, который традиционно пользуется успехом у россиян. Однако чтобы укрепить имидж благополучной страны для русских туристов, следует улучшать сервис и совершенствовать инфраструктуру.

Формирование имиджа Вьетнама на концепте «Вьетнам – сказочное море».

Вьетнам находится в Юго-Восточной Азии. Это небольшая страна, известная своими победами над французами и американцами.

Вьетнам примечателен уникальной традиционной культурой и нетронутой природой. 16 объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, в том числе 3 природных наследия, 13 культурных наследий, также говорят о культурном богатстве Вьетнама.

Вьетнам имеет разнообразный рельеф, создавая предпосылки для развития различных видов туризма. Три четверти территории Вьетнама занимают горы, остальная часть – это обширные пространства дельты, тысячи больших и малых рек, которые впадают в море через примерно каждые 20 километров.

При создании имиджа страны туризм учитывается как одна из ключевых отраслей. Кроме того, богатые культурные традиции, быстрое экономическое развитие, международная интеграция могут стать замечательными ориентирами при конструировании эффективного имиджа страны. Например, для россиян при восприятии имиджа Вьетнама очень важны морские ассоциации. Во-первых, наличие моря является очевидным преимуществом любой страны, а Вьетнам имеет 3260 км береговой линии, виды на море с востока, юга и запада. У берегов Вьетнама есть много красивых пляжей, в том числе пляжи, признанные одними из самых красивых и нетронутых пляжей в мире. Камрань известен в России естественной большой и хорошей гаванью. На море Вьетнама работают русские специалисты-нефтяники. Количество русских туристов, приезжающих во Вьетнам отдыхать, увеличивается с каждым годом. Они остаются на длительный срок и не жалеют заплатить за самые элитные услуги и шопинг. Вьетнам видит в русских туристах мощный потенциал. Известна русская пословица «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» – именно российские туристы, которым особенно могут броситься в глаза изменения, произошедшие во Вьетнаме, смогут помочь ломке стереотипного концепта «Вьетнам – это война».

Список литературы

1. Во Вьетнам стоит съездить хотя бы для того чтобы очень дешево и вкусно пожрать всяких вкусностей – Южный Вьетнам глазами северного распиздя [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://forum.awd.ru/viewtopic.php?t=173319> (дата обращения: 04.11.2013).
2. Новый Вьетнам: мифы и правда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=TVWQIAMEy5w> (дата обращения: 01.10.2012).
3. Мосалова К. Вьетнам «из Москвы», или Что держит вьетнамцев в России // Собеседник. – 2012. - № 18. - 18 мая.
4. Мир наизнанку [Электронный ресурс] // youtube.com - Вьетнам, вып. 7 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=RIshZlz7uOI> (дата обращения: 01.07.2013).
5. Отдых во Вьетнаме [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.vietnamnews.ru/tourism_1.htm (дата обращения: 04.11.2013).
6. Программа развития ООН. Пресс-релиз. Доклад о развитии человека. Вьетнам 2011: Вьетнам добился прогресса ... [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/state/2011/11/03/3705> (дата обращения: 10.11.2013).
7. Российские туристы поднимают туристический сектор Вьетнама [Электронный ресурс] // www.travel.ru, 01.08.2011 г. - URL: <http://www.travel.ru/news/2011/08/01/191798.html> (дата: обращения 01.09.2012).
8. A. Vũ. Chỉ số tự do kinh tế của Việt Nam giảm [tư liệu điện tử] // cafes.vn, 24.04.2012. - URL: <http://cafes.vn/kinh-te-vi-mo-dau-tu/wsj-chi-so-tu-do-kinh-te-cua-vn-giam-20120424073828934ca33.chn> (дата обращения: 09.09.2012).
9. Chi Lê. Xúc tiến quảng bá du lịch: cuộc đua không cân sức [tư liệu điện tử] // vietnamplus.vn, - 19. 08. 2012. - URL: <http://www.vietnamplus.vn/Home/Xuc-tien-quang-ba-du-lich-Cuoc-dua-khong-can-suc/20129/159558.vnplus> (дата обращения: 10.10.2012).
10. Chiến dịch quảng bá 1 triệu USD cho du lịch việt nam [tư liệu điện tử] // baomoi.com, 02. 01. 2013. - URL: <http://www.baomoi.com/Home/DuLich/sggp.org.vn/Chien-dich-quang-ba-1-trieu-usd-cho-du-lich-Viet-Nam/10099267.epi> (дата обращения: 09.09.2012).
11. Chiến Thắng. Việt nam xếp 128/187 về chỉ số phát triển con người [tư liệu điện tử] // thesaigontimes.vn, - 09.11.2011. - URL: <http://www.thesaigontimes.vn/Home/xahoi/doisong/65377/Viet-Nam-xep-128/187-ve-chi-so-phat-trien-con-nguoi.html> (дата обращения: 09.09.2012).
12. Đoàn Loan. Việt Nam quảng bá du lịch tại 7 thị trường lớn [tư liệu điện tử] // vnexpress.net, 13. 03. 2010. - URL: <http://vnexpress.net/gl/xa-hoi/du-lich/2010/03/3ba19a3d/> (дата обращения: 09.09.2012).

13. Nhật Minh. Việt Nam tụt hạng năng lực cạnh tranh [tư liệu điện tử] // vnexpress.net, 07.09.2011. - URL: <http://vnexpress.net/gl/kinh-doanh/2011/09/viet-nam-tut-hang-nang-luc-can-h-tranh/> (дата обращения: 09.09.2012).
14. Lương Quang Đăng. Chỉ số hòa bình toàn cầu năm 2012, Việt nam xếp thứ 34/158 [tư liệu điện tử] // Gia đình, 15.06.2012, URL: <http://giadinh.net.vn/tin-tuc-su-kien/chi-so-hoa-binh-toan-cau-nam-2012-viet-nam-xep-thu-34158-20120614032815809.htm> (дата обращения: 10.10.1012).
15. Tham nhũng tại Việt Nam [tư liệu điện tử] // vi.wikipedia.org. - URL: http://vi.wikipedia.org/wiki/Tham_nh%C5%A9ng_t%E1%BA%A1i_Vi%E1%BB%87t_Nam (дата обращения: 10.09.2012).
16. Tóm tắt một số nét chính về chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia [tư liệu điện tử] // viettrade.gov.vn. - URL: <http://www.viettrade.gov.vn/gioi-thieu.html> (дата обращения: 09.09.2012).
17. Tổng cục thống kê. Tình hình kinh tế xã hội Việt Nam qua 10 năm 2001-2010, - Hà Nội: NXB Thống kê, 2010. Tr - 11.
18. Trang Nguyen. Không khí ở Việt Nam bản thứ 10 thế giới [tư liệu điện tử] // vnexpress.net, 06.02.2012. - URL: <http://vnexpress.net/gl/khoa-hoc/moi-truong/2012/02/khong-khi-o-viet-nam-ban-thu-10-the-gioi/> (дата обращения: 10.09.2012).

Рецензенты:

Тулупов В.В., д.фил.н., профессор, зав. кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета, г. Воронеж.

Хорольский В.В., д.фил.н., профессор кафедры истории журналистики ВГУ, г. Воронеж.