

УДК 930.9 (512.317)

ББК 63.3 (0) + 63.3 (5Кит-5Сян) + 75.81

Сравнительный анализ развития туристического потенциала специальных административных районов Гонконг и Макао (2000–2022 гг.)

Г.З. Папашвили¹, О.Ю. Курныкин²

¹Языковая студия «Лингвария» (Барнаул, Россия)

²Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Comparative Analysis of Development of Special Administrative Regions Hong Kong and Macao' Tourist Potential (2000–2022)

G.Z. Papashvili¹, O.Y. Kurnykin²

¹Language studio «Lingvaria» (Barnaul, Russia)

²Altai State University (Barnaul, Russia)

В статье рассматривается развитие туристической отрасли в Гонконге и Макао в исторической перспективе, анализируются факторы, влияющие на туристический потенциал этих двух южнокитайских регионов. Приводится краткая характеристика состояния туристической индустрии Гонконга и Макао как специальных административных районов КНР, рассматривается политика местных властей по развитию и продвижению регионов в качестве туристического направления, а также основные результаты этой политики. Отмечается некоторое сходство между регионами с точки зрения местоположения, наличествующих природных и материальных ресурсов. Вместе с тем, подчеркиваются коренные различия историко-культурного и политико-экономического развития бывших европейских колоний как существенный фактор, определяющий потенциал их туристического развития. Авторы приходят к выводу о гораздо более высоком туристическом потенциале Гонконга в сравнении с Макао на данном этапе. Представляется, что для обеспечения роста туристического потенциала Макао в ближайшем будущем необходима смена парадигмы его экономического развития, основой которой станет рациональное краткосрочное планирование.

Ключевые слова: Гонконг, Макао, КНР, туризм, туристический потенциал.

DOI: 10.14258/izvasu(2022)6-09

Туризм как вид деятельности естественным образом связан с мировыми экономическими процессами и охватывает большую часть потребностей человека, что обуславливает его широкую популярность и определяет актуальность исследования туристического потенциала региона на конкретном материале.

The article considers development of the tourist sector in Hong Kong and Macao in historical perspective, analyzes factors that influence the tourist potential of these South China regions. A brief characteristic of Hong Kong and Macao SARs' tourist industry is given, local authorities policy on development and promotion of the two regions as a tourist destination, as well as primary results of the policy, are considered. Some similarity between the two regions in terms of location, natural and material resources is emphasized. By contrast, the authors point out fundamental differences of historical, cultural and political-economic development of the former European colonies and define them as a significant factor which determines the potential of their tourist development. The authors come to the conclusion about the much higher tourist potential of Hong Kong compared to Macao's at the current stage. It appears that ensuring growth of the Macao's tourist potential in the near future demands changing of paradigm of its economic development which should be based on rational short-term planning.

Key words: Hong Kong, Macao, PRC, tourism, tourist potential.

Нижняя хронологическая грань исследования определяется обретением Гонконгом и Макао статуса специальных административных районов КНР к началу XXI в., что способствовало проведению в значительной степени самостоятельной региональной политики в сфере туризма. Верхняя грань связана

с продолжающимся развитием туристической отрасли в этих автономных регионах КНР в условиях усложняющейся эпидемиологической ситуации.

Цель исследования — определить соотношение и перспективы туристических потенциалов Гонконга и Макао на современном этапе.

С максимальной полнотой, на наш взгляд, определение понятию «туризм» дает Всемирная туристская организация, понимая под ним «деятельность лиц, совершающих поездки и пребывающих в местах (не более одного непрерывного года) с отличной от привычной им окружающей средой, с целью реализации своего свободного времени, решения бизнес-задач и по иным причинам, не относящимся к осуществлению деятельности, оплачиваемой принимающей стороной» [1, р. 15]. Также представляется содержательным вариант трактовки обсуждаемого понятия, предложенный профессором современной истории Университета Страны Басков Д. Уолтоном. Туризм в его понимании — деятельность и процесс, связанный с времяпрепровождением вдали от дома с целью оздоровления, восстановления сил и развлечения, сопровождающийся использованием коммерческими услугами [2]. В свою очередь А. Паноссо Нетто среди прочих составляющих туризма выделяет «...гостеприимство, встречи и общение, использование современных технологий, по-разному влияющих на представления туристов о месте пребывания» [3, р. 13]. В своем исследовании он доказывает, что «путешествие» — гораздо более широкий термин, чем «туризм», поскольку именно последний в любом виде связан с путешествием, но не наоборот. Кроме того, он указывает, что поездки «туда-обратно» на общественном транспорте в пределах родного региона с целью обучения и осуществления рабочих задач не относятся к туристическим [4, р. 28].

Таким образом, туризм — вид деятельности человека, связанный с социально-экономическим взаимодействием и подразумевающий путешествие (поход, поездку) с целью отдыха, работы, участия в мероприятиях, знакомства с гастрономической культурой и т.д., в место, как правило, отделенное от дома расстоянием и имеющее отличные от привычной местности физико-географические и культурно-исторические параметры.

Туристический потенциал — это совокупность природных, антропогенных и материальных ресурсов и условий, необходимых для осуществления туристской деятельности (туристского маркетинга) [5]. Аналогичным образом определяет это понятие М.А. Саранча [6, с. 135].

Необходимо также пояснить, что термины «туристический» и «туристский» имеют сходное смысловое наполнение, с той лишь разницей, что первый, главным образом, относится к туризму, а второй — к туристам.

Прежде всего, целесообразно, привести краткую характеристику состояния туристической индустрии Макао и Гонконга, как специальных административных районов КНР, в допандемийный период. Две территории, помимо статуса, объединяет история их формирования как колоний и опорных пунктов торговли в Азии (Макао — Португалией, Гонконга — Великобританией), связанная с приобретением местным населением уникальной идентичности, основанной на своеобразном синтезе национальной и инородной культурных традиций как результата политики культурного империализма европейских держав (в большей степени это проявилось в Гонконге, чем в Макао).

Макао, являясь автономным регионом КНР, стал более популярным в качестве туристского направления в 2005 г., когда его исторический центр (англ. *Historical Centre of Macao*) был включен в список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО и был удостоен звания «выдающейся мировой ценности». Территория включает в себя 22 единицы исторически значимых сооружений и общественных мест, хранящих причудливое отражение религиозного, эстетического, архитектурного и технологического веханий западной цивилизации. С 2005 г. правительство Макао стало проводить целенаправленную политику по продвижению территории как объекта туристической привлекательности. С одной стороны, она включала деятельность по охране культурного наследия в регионе, подкрепленную соответствующими законами-декретами, с другой — схему городского планирования, суть которой сводилась к поддержанию облика Макао как торгового порта, восстановлению объектов недвижимости и их использование в соответствии с историческим назначением [7]. Ключевым направлением развития объявлялась диверсификация индустрии туризма в регионе.

Прирост числа туристов в Макао в первой половине 2008 г. составил 17,4% в сравнении с аналогичным периодом 2007 г., что в целом свидетельствовало об эффективности политики местных властей по развитию туристической отрасли. Однако, как показывает исследование Ман-Ю Йо [8, р. 69–70], в течение нескольких лет популярностью среди туристов, главным образом, пользовались лишь две исторических достопримечательности — Руины Святого Павла и Храм А-Ма. Остальные объекты туристы посещали значительно реже, несмотря на высокую оценку и интерес посетителей в отношении большинства мест в историческом центре города. Основной причиной этого, согласно мнению Йо, явилось недостаточное продвижение направления как туристического продукта. Возникла необходимость создания условий для повышения конкурентоспособности исторических достопримечательно-

стей Макао на региональном рынке туристических услуг, где особенно привлекательными объектами являлись игорные заведения (казино), доход которых в течение 2010–2013 гг. стремительно возрастал [9–12], став основой перманентного экономического подъема в регионе (доля поступлений в региональный бюджет от игорного бизнеса — более 70%). С 2014 г. власти КНР начали проводить целенаправленную политику по пресечению активности игроков в казино Макао, а также организованных игорных поездок, что негативно отразилось на экономике региона и привело к некоторому снижению его туристической привлекательности.

Вместе с тем, Хан и Кинг Пенни указывают на принципиальную значимость малых предприятий как фактора успешного развития туристической отрасли Макао, однако не выдерживающих конкуренции с гигантами игровой индустрии и нуждающихся в широкой правительственной поддержке [13, р. 589–590]. Результаты исследования Ш. Ци и Н. Чена эмпирически подтверждают, что «исторические места» являются значимой частью имиджа региона (в том числе Макао) как туристического направления, что свидетельствует о перспективности его «культурного обогащения» с целью увеличения туристской привлекательности. На данный момент большинство исторических достопримечательностей по-прежнему не пользуются большой популярностью у туристов [14, р. 514].

Решительной инициативой правительства Макао, направленной на исправление ситуации, стал Генеральный план по развитию города на 2020–2040 гг., подготовка которого началась еще в 2012 г. Правительство региона приняло тогда решение «не фокусироваться на продвижении конкретного образа, но приложить возможные усилия для формирования совершенно нового облика Макао» [15, р. 63]. В соответствии с Генеральным планом эта задача будет решаться за счет преобразований, охватывающих символические культурные объекты (выставки, творческие мастерские и т.д.); культурные программы и мероприятия, подчеркивающие уникальность Макао как общества со своеобразным смешением европейской и китайской культурных традиций; поддержку малых и средних предприятий в деле организации исторических, культурных и прочих туристских мероприятий с участием представителей местного сообщества, а также активное использование исторических элементов для увеличения привлекательности туристических ресурсов региона с последующей реализацией туристского экспорта в соседние регионы (Гонконг, провинция Гуандун в материковом Китае) [16]. Несмотря на грандиозность проекта и разнообразие вариантов поддержки и развития историко-культурной составляющей имиджа Макао (в том числе предложенные исследователями за последнее десятилетие), большинство

запланированных инициатив подразумевают поэтапную реализацию или же носит долгосрочный характер. Однако пандемия COVID-19, длящаяся более 2,5 лет на момент написания статьи, существенным образом повлияла на состояние туристической индустрии Макао. Число туристов в январе 2020 г., когда коронавирус добрался до бывшей португальской колонии, снизилось на 16,8%, при этом только за один год на 79,6% сократился вклад игорного сектора в экономику региона, что положило начало периоду экономической нестабильности, негативно отразившейся на сфере туризма. Снижение основных туристских индексов продолжается до настоящего момента. Так, по официальным данным, в июне 2022 г. произошел очередной спад числа посетивших Макао на 36,6% относительно результата за май.

В Гонконге развитие туристической отрасли происходило несколько иначе. Часть островной территории Гонконга, представляющая собой комплекс древних скалистых пород и потому обладающая международной геологической ценностью, стала единой частью сети Глобальных геопарков ЮНЕСКО в 2009 г. Однако, по данным Совета по туризму Гонконга, за много лет этот исторический памятник не приобрел большую популярность в качестве туристской достопримечательности — он даже не вошел в список 10 самых посещаемых исторических мест в Гонконге в 2006–2014 гг. Кроме того, популярные туристские объекты не менялись на протяжении указанного периода. Чрезмерная зависимость Гонконга от въездного турпотока из материкового Китая, как и в Макао, заставила власти задуматься о диверсификации туристских ресурсов и способах выгодного их представления для привлечения туристов из других стран. С этой целью были внесены изменения в маркетинговую стратегию продвижения Гонконга как туристического направления. Создавались новые мегасобытия, обновлялись элементы уже существовавших с последующим их продвижением за рубежом. В результате формировался единый календарь ежегодных событий как перманентный источник туристской привлекательности. В рамках рекламной кампании активно задействовались СМИ, был сделан упор на развитие цифрового маркетинга. Начиная с 2008 г. возросло финансирование в области так называемого MICE-туризма (делового туризма, связанного с организацией и проведением корпоративных мероприятий, количество которых в Гонконге в течение нескольких лет значительно возросло). Тем не менее не были внедрены конкретные схемы материального стимулирования деловых поездок, рассчитанные на долгосрочную перспективу развития в этом направлении [17, р. 6–7, 11–15]. Так, внедрение комплекса мер по улучшению ситуации в туристической отрасли Гонконга привело к положительной динамике ее развития в кратко-

срочной перспективе, однако спад въездного турпотока в первой половине 2015 г., как отмечали сами власти Гонконга, стал индикатором необходимости обновления базы туристских ресурсов, многие из которых, как и в Макао, пользовались крайне низкой популярностью.

Необходимым элементом анализа успешности развития туристской индустрии региона является оценка последней местным населением, что на живом примере демонстрирует исследование Дзин Сю [18], в котором делается вывод о формировании позитивного имиджа Гонконга как туристического направления в представлении его жителей. Предложенные в статье рекомендации по развитию туристической отрасли Гонконга во многом совпадают с актуальными правительственными инициативами, в той или иной мере приводящими на практике к ожидаемым положительным результатам. В то же время жители Макао в целом придерживаются довольно сдержанных взглядов относительно большинства проводимых для туристов мероприятий, во многом формирующих имидж современного Макао [19, р. 125].

С началом пандемии COVID-19 в Гонконге классический въездной туризм, так же, как и в соседнем Макао, в значительной степени сократился. Это, однако, не привело к долгосрочным негативным последствиям для экономики региона (в отличие от Макао), в том числе благодаря проведению инклюзивной кампании «Праздник дома», стартовавшей в Гонконге в июне 2020 г. и направленной на стимуляцию развития местного туризма. Примечательно, что в ходе кампании активно применялись средства и инструменты привлечения внимания туристов к исторически обоснованным особенностям Гонконга как бывшей британской колонии в Азии. На текущем этапе правительство Макао только планирует внедрять подобные элементы в рамках долгосрочной стратегии развития города. Среди них: современные онлайн-технологии (трансляции празднований, фестивалей, мастер-классов и т.д.), а также VR-проекты (проведение виртуальных туров по основным историческим объектам в Гонконге), позволившие охватить широкую зарубежную аудиторию и создать предпосылки для массового притока посетителей в будущем, когда противовирусные ограничения перестанут действовать. Принципиальное отличие Гонконга и Макао в подходах к устранению недостатков и противоречий стратегического планирования отражает уникальную ментальность местных этносов, включая восприятие ими политической и экономической действительности в контексте исторического развития двух территорий.

Так, уже к середине 2021 г. ВВП Гонконга достиг более высокого уровня, чем накануне пандемии [20], тогда как в Макао этот показатель до сих пор не вернулся к допандемийным значениям. Справедливо

отметить в этом отношении, что в настоящее время Гонконг по основным экономическим индексам существенно опережает Макао (например, показатель ВВП в Гонконге в 12 раз выше, чем в Макао), причем экономика последнего в течение многих лет была в значительной степени завязана на получении прибыли от игорного бизнеса, активно развивавшегося до начала пандемии COVID-19.

Необходимо также подчеркнуть, что британские власти в Гонконге на протяжении полутора веков колониального правления проводили системную политику по установлению своего этнокультурного доминирования (в отличие от португальцев в Макао), считая эту южно-китайскую территорию принципиальной геополитической ценностью. Комплексное британское влияние в Гонконге стало значимым фактором формирования уникальной «гонконгской идентичности» [21, с. 46–50], тогда как большая часть населения Макао на протяжении десятилетий скорее ощущала себя частью китайской общины на материке, чем неким автономным этническим образованием в политико-административной структуре КНР. Это, главным образом, позволяет говорить о более высокой степени политической и культурной самобытности Гонконга в сравнении с Макао, что стало одним из ключевых факторов, определяющих потенциал развития изучаемых регионов.

Таким образом, Гонконг и Макао — две китайские территории, обладающие сходным туристическим потенциалом с точки зрения местоположения, наличия природных и материальных ресурсов, и по внешним признакам объединенные единой исторической судьбой, избрали собственный путь развития туристической отрасли, столкнувшись как с общими, так и с различающимися вызовами. Стремление к диверсификации туристских ресурсов стало общим для Гонконга и Макао, реализовавшееся, однако, по-разному. При общем целеполагании властей двух регионов относительно туристического развития инициативы гонконгских чиновников в этом направлении во многом совпадают с актуальными рекомендациями экспертов в сфере развития регионального туризма и сосредотачиваются на развитии в ближайшей перспективе. Власти Макао при этом выстраивают стратегию долгосрочного поступательного развития, что не позволяет достичь сиюминутных положительных результатов, что особенно актуально в условиях продолжающейся пандемии COVID-19.

Необходимо подчеркнуть, что историко-политическое и культурное развитие Гонконга и Макао стали основными факторами коренных различий в способах и инструментах регулирования регионального (в том числе туристического) развития. Становление Гонконга в качестве мирового финансового центра к концу XX в. сопровождалось, помимо прочего, существ-

венным ростом материального благосостояния жителей бывшей британской колонии, что создало благоприятную почву для развития ее туристического потенциала. Португальское влияние в Макао было намного менее значительным и не привело к формированию уникальной макаооской идентичности, не оказало существенного влияния на политическое и культурное развитие региона. Игровые заведения, легализованные в бывшей португальской колонии, стали основным инструментом увеличения туристской привлекательности со времени перехода Макао под юрисдикцию КНР в 1999 г., что, с одной стороны, на долгие годы ограничило потенциал развития в сфере туризма, с другой — определило линейную зависимость экономики Макао от успешности игрового бизнеса.

Так, на данном этапе у Гонконга гораздо больше возможностей и вероятных вариантов развития

туризма, часть которых реализуется на практике. Представляется, что для обеспечения роста туристического потенциала Макао в ближайшем будущем необходима смена парадигмы его экономического развития, ядром которой станет рациональное краткосрочное планирование (в том числе годовое и оперативное) с привлечением иностранных инвестиций для развития городской инфраструктуры и сохранения культурно-исторического наследия. На необходимость этого указывает и позиция жителей Макао, не слишком позитивно оценивающих развитие туризма в регионе. В целом, перспективы возрастания туристического потенциала Гонконга и Макао во многом зависят от четкости постановки и реализации их руководством целей регионально-го и туристического развития.

Библиографический список

1. Page S.J. *Tourism Management*. New York, 2019.
2. Walton J.K. *Tourism* // *Encyclopedia Britannica*. 2021. 28 Sep. URL: <https://www.britannica.com/topic/tourism> (accessed: 19.07.2022).
3. Panosso Netto A. *O Que é Turismo*. São Paulo, 2017.
4. Lohmann G., Panosso Netto A. *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*. Craydon, 2017.
5. What is Tourism Potential // IGI Global. URL: <https://www.igi-global.com/dictionary/sustainable-development-of-cultural-tourism-on-example-of-botevgrad-municipality/79497> (accessed: 25.07.2022).
6. Саранча М.А. Туристский потенциал территории: проблематика определения сущности и структуры // *Вестник Удмуртского университета*. 2015. Т. 25, вып. 1.
7. Historic Centre of Macao: Protection and Management Requirements // UNESCO World Heritage Centre. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/1110/> (accessed: 27.07.2022).
8. Io M. Can the Historic Center of Macao Be a Popular Tourist Attraction? Examining the Market Appeal from Tour Marketers' Perspective // *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 2011. Vol. 12. Is. 1.
9. Macau Casino Revenue Up 58% Year on Year in 2010 // *Inside Asian Gaming*. 2011. 3 Jan. URL: <https://www.asgam.com/index.php/2011/01/03/macau-casino-revenue-up-58-year-on-year-in-2010/> (accessed: 30.07.2022).
10. Macau Gaming Revenue Up 42% Year on Year in 2011 // *Inside Asian Gaming*. 2012. 16 Jan. URL: <https://www.asgam.com/index.php/2012/01/16/macau-gaming-revenue-up-42-year-on-year-in-2011/> (accessed: 30.07.2022).
11. Макао установил исторический рекорд по выручке казино // *LENTA.RU*. 2012. 1 нояб. URL: <https://lenta.ru/news/2012/11/01/macao/> (дата обращения: 30.07.2022).
12. Macau's 2013 Gambling Revenue Rose 19% to \$45.2 Billion // *The Wall Street Journal*. 2014. Jan 2.
13. Hang K.W., King Penny W.Y. Impacts of Casino Gaming on Small Tourism Ventures in Macao // *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2011. Vol. 16. Is. 5.
14. Qi S., Chen N. Understanding Macao's Destination Image through User-Generated Content // *Journal of China Tourism Research*. 2019. Vol. 15. Is. 4.
15. Cruz Vaz Pimentel M. *How to Sell Macau: Learning with the Territory's Staged Urban Reinvention*: Master's Diss. Coimbra, 2012.
16. Macao Tourism Industry Development Master Plan: Review Report (List of Action Plan), November 2021 // *MasterPlan*. URL: https://masterplan.macaotourism.gov.mo/2021/download/Review_Report_Action_Plan_en.pdf (accessed: 02.08.2022).
17. Hong Kong's Tourism Industry. Research Brief. Is. 6, 2014–2015 // *Legislative Council of the HKSAR*. URL: <https://www.legco.gov.hk/research-publications/english/1415rb06-hong-kongs-tourism-industry-20150805-e.pdf> (accessed: 12.08.2022).
18. Xu J. Hong Kong's Destination Image in the Eyes of Residents // *Journal of China Tourism Research*. 2015. Vol. 11. № 4.
19. Chen S.C. Residents' Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis // *Journal of Convention & Event Tourism*. 2011. Vol. 12. № 2.
20. Гонконг ВВП (ежегодный) // *Cbonds*. URL: <https://cbonds.ru/indexes/54719/> (дата обращения: 09.08.2022).
21. Папашвили Г.З., Курныкин О.Ю., Тажиева М.Н. Британское влияние как фактор формирования современной идентичности гонконгцев // *Известия Алтайского государственного университета*. 2020. № 6.