

УДК 338.48

МАРКЕТИНГ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НОВЫХ ТУРИСТСКИХ ПАКЕТОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОСЕЩЕНИЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ ТУРИСТАМИ ИЗ ПРИГРАНИЧНЫХ ГОСУДАРСТВ

Марченко О.Г.

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток, e-mail: Olga.Marchenko@vvsu.ru*

Последние два года правительство России проводило большую подготовительную работу по разработке механизмов улучшения инвестиционного климата в Дальневосточном регионе. В условиях, когда ожидается приток инвестиций на новые проекты, необходимо производить планирование и расстановку приоритетов разработки новых проектов с учетом достижения максимального синергетического эффекта. В настоящей работе рассматривается проблема возникновения синергетического эффекта в туристском секторе экономики Приморского края. При формировании туристского пакета для зарубежных туристов необходимо выделять туристский объект, который составляет ядро тура, и вспомогательные туристские объекты. В работе предлагается несколько инвестиционных проектов, которые могут быть привлекательными для составления туристского продукта для туристов из соседних с Приморским краем государств. Новые возможности туризма в регионе может обеспечить круизный туризм и строительство скоростных магистралей, которые должны связать Владивосток с северными провинциями Китая.

Ключевые слова: синергетический эффект, инвестиционный проект, туризм, туристский объект, инновации, въездной туризм, круизный туризм

MARKETING OF THE OFFER TOURIST PACKAGES OF VISITING PRIMORSKI KRAY BY TOURISTS FROM THE FRONTIER STATES

Marchenko O.G.

Vladivostok State University Economy and Service, Vladivostok, e-mail: Olga.Marchenko@vvsu.ru

Last two years the government of Russia spent the big spadework on working out of mechanisms of improvement of an investment climate in Far East region. In conditions when inflow of investments on new projects is expected it is necessary to make planning and arrangement of priorities of working out of new projects taking into account achievement maximum sinergetic effect. In the present work the occurrence problem sinergetic effect in tourist sector of economy of Primorski kray is considered. At formation of a tourist package for foreign tourists it is necessary to allocate tourist object which is the centre of round and auxiliary tourist objects. In work investment projects which can be attractive to drawing up of a tourist product for tourists from the states next to Primorski kray are offered some. New possibilities of tourism in region can provide cruise tourism and building of high-speed highways which should connect Vladivostok with northern provinces of China.

Keywords: sinergetic effect, the investment project, tourism, tourist object, innovations, entrance tourism, cruise tourism

Последние два года правительство России проводило большую подготовительную работу по разработке механизмов улучшения инвестиционного климата в Дальневосточном регионе. В марте 2015 года вступил в силу закон «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации». В соответствии с законом за год был создан целый ряд инвестиционных площадок по всему Дальнему Востоку. Ожидается, что к концу 2016 года объем инвестиций превысит 2 трлн рублей.

Особое место среди субъектов Дальневосточного региона занимает Приморский край. В ближайшие годы в крае планируется создать коммуникационную площадку для интеграции в международную транспортную систему стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Для привлечения инвесторов для развития столицы Приморского

края – г. Владивостока – был принят отдельный закон о «порто-франко» или закон «О свободном порте Владивосток». Этот закон вступил в силу в октябре 2015 года.

В ситуации, когда создается поток инвестиционных проектов, появляется заметный эффект от взаимного влияния отдельных проектов, который называется синергетическим эффектом. В условиях, когда ожидается приток инвестиций на новые проекты, необходимо производить планирование и расстановку приоритетов разработки новых проектов с учетом достижения максимального синергетического эффекта. Проблема исследования синергетического эффекта является весьма актуальной проблемой. Некоторые идеи учета синергетического эффекта при реализации портфеля инвестиционных проектов можно найти в работах [1, 8, 22]. Инновационные

процессы в управлении инвестиционными проектами рассматриваются в работах [2, 6]. Механизмы возникновения синергетического эффекта в различных отраслях экономики имеют свою специфику. В настоящей работе предлагается рассмотреть проблему возникновения синергетического эффекта в туристском секторе экономики Приморского края. Системный подход к управлению развитием туристской отрасли региона на примере Приморского края рассматривается в работах [14, 15, 20, 21].

Цель исследования. С притоком зарубежных инвестиций на территорию Приморского края и облегчением таможенного и визового режима предполагается увеличение потока зарубежных туристов. В первую очередь это туристы из стран АТР. Целью данной статьи является проведение маркетинговых исследований новых туристских предложений для выработки стратегии развития въездного туризма в Приморском крае. В связи с этим необходимо сделать ревизию имеющихся туристских ресурсов с целью выявления таких объектов, которые могут быть интересны зарубежным туристам. С появлением новых возможностей для привлечения инвесторов необходимо определить туристские объекты, которые могут быть предложены зарубежным инвесторам.

Материалы и методы исследования

Вначале необходимо сказать о потенциальных возможностях увеличения потока туристов из граничных с Приморским краем стран. Владивосток занимает особое географическое положение. В радиусе 1000 км вокруг столицы Приморского края проживает более 414 млн человек (почти 300 млн человек в городах). Это единственный город в России с таким мощным окружением. Например, вокруг Москвы на таком же расстоянии население составляет менее 100 млн человек. На этом же пространстве (в радиусе 1000 км) ежегодно создается валовой внутренний продукт на сумму 6,6 трлн долл. США, что составляет порядка 9,5% мирового валового продукта.

Туристская услуга носит комплексный характер. Для пребывания в стране туристу должна быть предложена целая программа, включающая посещение целого ряда интересных для него объектов. Например, если для отдыха туриста предлагается только необорудованный берег моря, это может привлечь определенный контингент российских неприятельных туристов, которые часто не имеют выбора из-за ограниченности в средствах. Но говорить о массовом потоке зарубежных туристов не приходится. Один, даже очень интересный туристский объект, должен быть дополнен прочими туристскими объектами. Желательно наличие некоторого центрального туристского объекта, который будет служить ядром тура, прочие будут его дополнять и делать поездку незабываемой.

Учитывая особое положение края, он был выбран в качестве площадки для создания одной из четырех

игорных зон после установления запрета деятельности азартно-развлекательных учреждений и казино на территории России. Несмотря на то, что решение по размещению в Приморском крае игорной зоны было принято еще в 2009 году, открытие первого казино «Tigre de Cristal» произошло совсем недавно – 11 ноября 2015 года. Всего же на территории интегрированной развлекательной зоны «Приморье» предполагается построить десятки крупных объектов. Только в последний год инвесторы поверили в реальность реализации проекта игорной зоны в Приморском крае. Одной из причин опасения инвесторов вкладывать средства в развитие игорной зоны является неразвитость инфраструктуры Приморского края [13]. Это касается не только коммуникаций и подъездных путей, но и наличия развитой структуры прочих туристских объектов.

Результаты исследования и их обсуждение

Для туристов из стран АТР привлекательными являются природные объекты. При очень высокой плотности населения и урбанизации крупных городов население этих стран очень трепетно относится к природе и экологии [18]. Например, для туристов, прибывших в игорную зону, сегодня в качестве дополнительной программы можно было бы предложить посещение океанариума, который планируется открыть в июне 2016 года на острове Русском во Владивостоке. В настоящее время остров Русский соединен с городом Владивостоком самым большим в мире вантовым мостом. Его протяженность более трех километров, а расстояние до поверхности моря составляет 70 метров.

Океанариум является уникальным туристским объектом. Общая территория океанариума составляет около 35 тыс. квадратных метров. Объем воды всех бассейнов составит 25 тыс. т. Новый океанариум станет крупнейшим в России и одним из крупнейших в мире научных центров морской биологии, практически не имеющим аналогов по своим техническим возможностям и охвату направлений морских биологических исследований. В океанариуме представлено более 500 видов рыб. Кроме того, здесь будут проводиться шоу с крупными морскими животными, среди которых: моржи, белухи, дельфины.

На самом деле оборудованных туристских объектов, отвечающих требованиям международного стандарта, во Владивостоке не так много. Прекрасным дополнением к океанариуму мог бы стать такой объект, как ботанический сад. Крупные ботанические сады пользуются огромной популярностью у туристов во всем мире. В числе наиболее известных в мире ботанических садов является Королевский ботанический сад Кью (Royal Botanic Gardens, Kew)

в Великобритании, Старый ботанический сад Потсдама (Botanischer Garten Potsdam) в Германии, Ботанический сад Киото (Kyoto Botanical Garden) в Японии, Бруклинский ботанический сад (Brooklyn Botanic Garden, BBG) в США. Ботанические сады посещают миллионы туристов. Они служат площадкой огромного количества мероприятий. Наиболее известные ботанические сады России: Императорский ботанический сад в Санкт-Петербурге, Главный ботанический сад имени Н.В. Цицина в Москве, Никитский ботанический сад в Ялте.

Ботанический сад во Владивостоке вполне мог бы стать местом массового посещения зарубежных туристов [12]. Его площадь составляет 170 га, из них 98% территории занято естественными лесами, являющимися эталоном природы Южного Приморья. В коллекциях ботанического сада более 3100 видов, форм и сортов растений открытого грунта. Из них коллекция цветочно-декоративных многолетников включает 490 видов. В крытых оранжереях произрастает 780 видов и сортов тропических и субтропических растений. Для сравнения, один из старейших ботанических садов России – Никитский ботанический сад в Крыму – имеет площадь всего 40 га. Никитский сад является одним из наиболее посещаемых туристских объектов Крыма.

Ботанический сад во Владивостоке в настоящее время совершенно не отвечает требованиям к туристскому объекту международного уровня. Однако этот объект обладает колоссальными потенциальными возможностями для своего развития. Его большим преимуществом является расположение в черте города. В настоящее время практически невозможно найти в черте города территорию такой площади для создания нового туристского объекта. Достаточно вспомнить историю выделения и согласования территории под размещение интегрированной развлекательной зоны «Приморье», на что ушел не один год (и это при полной поддержке правительства страны и администрации края). На реализацию данного проекта, как социально значимого и имеющего большую научную значимость, согласно нашему мнению, должно изыскать средства правительство России. Этот объект имеет для края огромное значение. В будущем ботанический сад мог бы приносить большие доходы в казну края и послужить отличным дополнением к уже действующим туристским объектам. Объекты, способствующие развитию экологической культуры населения, начинают пользоваться большой популярностью не только у зарубежных туристов, но и у населения России [3, 7, 17, 23].

Еще одним центром, который смог бы стать ядром туристского тура для зарубежных туристов, является многоцелевой спортивно-технический комплекс «Приморское Кольцо» (Primring). Проект «Приморское Кольцо» стал одним из первых резидентов Свободного порта Владивосток. Его реализацию планируется произвести в четыре этапа. Первый этап уже завершен. Вторая очередь будет завершена в 2017 году. По завершении всего проекта в 2021 году объект должен приносить прибыль свыше 4 млрд рублей.

Среди перспективных объектов, которые могли бы выступить как ядром тура, так и сопутствующим туристским объектом, мог бы быть ипподром. Приморье обладает большими потенциальными возможностями для развития конных видов спорта и коннозаводства [10, 11].

Как основной элемент тура для зарубежных туристов могло бы стать посещение различных мероприятий и праздников, которые отмечаются населением края. Широкий спектр событий, происходящих в крае, в настоящее время используется в организации туров совершенно незначительно [16].

В последние годы в мире наблюдается рост интереса к круизному туризму. Большое количество круизных лайнеров из Юго-Восточной Азии проходит мимо дальневосточных берегов. По оценкам экспертов количество туристов на этих судах составляет около 3 млн человек. Очень показательно, что в Китае в настоящее время морской круизный туризм переживает расцвет. В 2016 году в Китае круизный туризм показал рост, в три раза превышающий среднемировой рост этого вида туризма. По данным компании китайской компании «Льюмама», количество туристов из Китая, совершивших круизные путешествия в 2016 году, составило 1,9 млн. Емкость рынка составила около \$700 млн. Очень важно, что 83% туристов, осуществляющих круизные туры, выбирают порты Японии и Южной Кореи, то есть наших ближайших соседей, и при благоприятных условиях могли бы заходить и во Владивосток.

До сих пор Владивосток не включался в программу круиза по причине того, что организаторы круизов не считают, что город имеет достаточное количество туристских достопримечательностей. Необходимо набрать достаточный пакет туристских предложений, отвечающих международным стандартам, чтобы привлечь круизные суда. Развитие круизного туризма крайне выгодно для Приморского края, потому что, во-первых, заходы судов достаточно краткосрочные и количество объектов

посещения ограничено, во-вторых, сами круизные суда обладают значительным потенциалом по обслуживанию туристов, что не требует создания дополнительной инфраструктуры для размещения международных туристов.

Сейчас круизные суда осуществляют разовые заходы в порт Владивосток. Некоторые компании уже изъявили желание включить Владивосток в программу круизов. Например, со следующего 2017 года компания Lotte включила Владивосток в расписание своих круизных маршрутов. Только эта компания может обеспечить один-два судозахода в месяц. Компания уже осуществила пробные заходы круизного лайнера Costa Victoria во Владивосток в 2016 году. Посещение Владивостока получило положительный отзыв туристов. Необходимо продвигать Владивосток как центр постоянного посещения круизными лайнерами [9].

Среди туристских проектов, продвигаемых администрацией края на последних международных встречах, можно выделить проект «Восточное кольцо». В соответствии с этим проектом Владивосток должен стать воротами к туристским достопримечательностям всего Дальнего Востока. Предполагается, что дальневосточные регионы: Республика Якутия, Хабаровский край, Магаданская область, Камчатский край и другие территории – будут выступать под единым брендом.

Принципиально повлиять на увеличение потока туристов между Китаем и Приморским краем может строительство скоростного автомобильно-железнодорожного маршрута из Китайского города Хунь-Чунь во Владивосток. Проект включает строительство моста через Амурский залив (Владивосток – мыс Песчаный) длиной 10 км. По новой магистрали длительность проезда из Владивостока в Китай сократится с 4 часов до 40 минут. Кроме этого обсуждаются и другие проекты строительства скоростных дорог из Китая во Владивосток. Это позволит расширить границы Владивостокской агломерации.

Заключение

В связи с принятием правительством России законов, определяющих новые механизмы стимулирования инвестиционных проектов в Приморском крае, необходимо пересмотреть стратегию развития туристской индустрии, которая учитывала бы новые возможности по развитию въездного туризма. Новые условия позволяют сформировать конкурентную предпринимательскую среду в туристской сфере [4, 5].

При разработке стратегии развития туризма необходимо ориентироваться на потребности туристов из соседних с Приморским краем стран. Новые туристские объекты должны соответствовать мировым стандартам.

Кроме зарубежных туристов, новые туристские объекты должны учитывать и интересы местных жителей. Для сохранения и привлечения трудовых ресурсов в Приморский край необходимо улучшить социальное самочувствие населения. Эта проблема является ключевой проблемой, без которой невозможно реализовать планы развития всего региона [19].

Владивосток должен стать мощным культурным центром международного значения на всем Дальнем Востоке. Сейчас жители края и туристы могут посещать спектакли театра оперы и балета, где основные роли исполняют ведущие артисты Мариинского театра Санкт-Петербурга. Кроме того, достигнута договоренность с Эрмитажем открыть филиал во Владивостоке и даже выбрано здание для его размещения в центре Владивостока. В настоящее время ведутся переговоры с ведущими музеями страны об открытии своих филиалов в г. Владивостоке. Теперь туристам из пограничных с краем государств не будет необходимости обязательно ехать в Москву и Санкт-Петербург, чтобы познакомиться с лучшими образцами российской культуры.

В городе необходимо расширить строительство спортивных арен, пригодных для проведения спортивных состязаний международного масштаба.

Положительным фактором является то, что представители администрации начинают понимать, что туристский имидж страны формируется уже на границе и связан с отношением к въезжающим гостям. В настоящее время строятся планы привнесения пограничных переходов края в соответствие с минимальными европейскими требованиями.

Список литературы

1. Будумян Е.В. Синергетический эффект как один из факторов повышения эффективности портфеля инновационно-инвестиционных проектов // Горизонты экономики. – 2012. – № 4. – С. 29–31.
2. Буньковский Д.В. Оптимизация взаимодействия крупного, среднего и малого предпринимательства в промышленности // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2012. – № 6 (65). – С. 148–152.
3. Вечерская Е.С. Формирование экологического сознания населения средствами лесоохранной пропаганды // Alma mater (Вестник высшей школы). – 2014. – № 2. – С. 112–115.
4. Воровбит О.Ю., Титова Н.Ю. Предпринимательская среда как фактор взаимодействия предпринимательских структур // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2014. – № 1. – С. 134–139.

5. Ворожбит О.Ю., Зайцева А.А. Конкурентные преимущества в системе конкурентных отношений организации // Экономические науки. – 2008. – № 40. – С. 258–261.
6. Дюпина Л.Ф., Дикунова М.С., Прокопов В.Н. Оценка эффективности управленческих инноваций // Научный альманах. – 2015. – № 11–2 (13). – С. 128–131.
7. Косолапов А.Б., Плоткина Н.П., Кушнарева И.Ю., Коссов А.Ю., Лозовская С.А., Изергина Е.В. Развитие сельского туризма в Приморском крае // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 9–8. – С. 1811–1815.
8. Лисичкина Н.В., Голоктионова Ю.Г. Институционально-синергетический подход к моделированию и оценке инновационно-инвестиционной деятельности // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6–5. – С. 987–991.
9. Логунова Н.А. Использование маркетингового подхода при формировании стратегии развития круизного туризма // Практический маркетинг. – 2014. – № 4 (206). – С. 30–38.
10. Мартышенко Н.С. Виды предпринимательства на базе конного туризма и спорта в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 3. – С. 364–367.
11. Мартышенко Н.С. Конный туризм и спорт – конкурентноспособный сектор туризма и путешествий в Приморском крае // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 28 (121). – С. 68–71.
12. Мартышенко Н.С. Новые возможности развития предпринимательской среды в связи с вводом интегрированной развлекательной зоны «Приморье» // Практический маркетинг. – 2016. – № 5 (231). – С. 17–24.
13. Мартышенко Н.С. Перспективы развития международного туризма в Приморском крае, связанные с открытием игровой зоны // Научный обозреватель. – 2011. – № 10. – С. 4–6.
14. Мартышенко Н.С. Принципы формирования туристского кластера в Приморском крае // Экономика региона. – 2009. – № 1. – С. 204–208.
15. Мартышенко Н.С. Управление структурой туристского кластера на основе маркетингового подхода // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 34. – С. 74–80.
16. Мартышенко Н.С. Формирование Ивент-стратегии развития вездного туризма в Приморском крае // Event-маркетинг. – 2012. – № 3. – С. 178–197.
17. Мартышенко Н.С. Экологический туризм – важнейшее направление развития международного туризма в Приморском крае // Российский журнал экотуризма. – 2012. – № 3. – С. 34–38.
18. Мартышенко Н.С., Катриченко Е.Е. Условия и тенденции развития международного туризма в Южной Корее // Практический маркетинг. – 2012. – № 12. – С. 33–48.
19. Мартышенко С.Н. Синергетическая модель повышения качества жизни // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11–4. – С. 858–865.
20. Мартышенко С.Н., Гусев Е.Г. Оптимизация позитивных структурных сдвигов в туристской отрасли региона // Математические заметки СВФУ. – 2007. – Т. 14. – № 1. – С. 151–161.
21. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Оптимизация структуры инвестиций в региональные туристические проекты // Регион: Экономика и Социология. – 2008. – № 3. – С. 23–32.
22. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Гусев Е.Г. Оптимизация календарного плана реализации программ на основе синергетического подхода // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 6. – С. 90–97.
23. Трухан В.Д. Экологическое поведение потребителей: новая эра // Практический маркетинг. – 2014. – № 9 (211). – С. 3–7.
2. Bunkovskij D.V. Optimizacija vzaimodejstvija krupnogo, srednego i malogo predprinimatelstva v promyshlennosti. Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta, 2012, no. 6 (65), pp. 148–152.
3. Vecherskaja E.S. Formirovanie jekologičeskogo soznanija naselenija sredstvami lesoohrannoj propagandy. Alma mater (Vestnik vysshej shkoly), 2014, no. 2, pp. 112–115.
4. Vorozhbit O.Ju., Titova N.Ju. Predprinimatelskaja sreda kak faktor vzaimodejstvija predprinimatelskih struktur. Vestnik Pernoškogo universiteta. Serija: Jekonomika, 2014, no 1. pp. 134–139.
5. Vorozhbit O.Ju., Zajceva A.A. Konkurentnye preimushhestva v sisteme konkurentnyh otnoshenij organizacij. Jekonomičeskije nauki, 2008, no 40, pp. 258–261.
6. Djupina L.F., Dikunova M.S., Prokopov V.N. Ocenka jeffektivnosti upravlencheskih innovacij. Nauchnyj almanah, 2015, no. 11–2 (13), pp. 128–131.
7. Kosolapov A.B., Plotkina N.P., Kushnareva I.Ju., Kosssov A.Ju., Lozovskaja S.A., Izergina E.V. Razvitie selskogo turizma v Primorskom krae. Fundamentalnye issledovanija, 2014, no. 9–8, pp. 1811–1815.
8. Lisichkina N.V., Goloktionova Ju.G. Institucionalno-sinergetičeskij podhod k modelirovaniju i ocenke innovacionno-investicionnoj dejatel'nosti. Fundamentalnye issledovanija, 2014, no. 6–5, pp. 987–991.
9. Logunova N.A. Ispolzovanie marketingovogo podhoda pri formirovanii strategii razvitija kruiznogo turizma. Praktičeskij marketing, 2014, no. 4 (206), pp. 30–38.
10. Martyšenko N.S. Vidy predprinimatelstva na baze konnogo turizma i sporta v Primorskom krae. Jekonomika i predprinimatelstvo, 2013, no. 3, pp. 364–367.
11. Martyšenko N.S. Konnyj turizm i sport konkurentnosposobnyj sektor turizma i puteshestvij v Primorskom krae. Regionalnaja jekonomika: teorija i praktika, 2009, no. 28 (121), pp. 68–71.
12. Martyšenko N.S. Novye vozmožnosti razvitija predprinimatelskoj sredy v svjazi s vvedom integrirovanoj razvlekatelnoj zony «Primore». Praktičeskij marketing, 2016, no. 5 (231), pp. 17–24.
13. Martyšenko N.S. Perspektivy razvitija mezhdunarodnogo turizma v Primorskom krae, svjazannye s otkrytiem igornoj zony. Nauchnyj obozrevatel, 2011, no. 10, pp. 4–6.
14. Martyšenko N.S. Principy formirovanija turistskogo klastera v Primorskom krae. Jekonomika regiona, 2009, no. 1, pp. 204–208.
15. Martyšenko N.S. Upravlenie strukturaj turistskogo klastera na osnove marketingovogo podhoda. Regionalnaja jekonomika: teorija i praktika, 2008, no. 34, pp. 74–80.
16. Martyšenko N.S. Formirovanie Ivent-strategii razvitija vездного turizma v Primorskom krae. Event-marketing, 2012, no. 3, pp. 178–197.
17. Martyšenko N.S. Jekologičeskij turizm vazhnejšee napravlenie razvitija mezhdunarodnogo turizma v Primorskom krae. Rossijskij zhurnal jekoturizma, 2012, no. 3, pp. 34–38.
18. Martyšenko N.S., Katrichenko E.E. Uslovija i tendencii razvitija mezhdunarodnogo turizma v Južnoj Koree. Praktičeskij marketing, 2012, no. 12, pp. 33–48.
19. Martyšenko S.N. Sinergetičeskaja model povyšeniya kachestva zhizni. Fundamentalnye issledovanija, 2014, no. 11–4, pp. 858–865.
20. Martyšenko S.N., Gusev E.G. Optimizacija pozitivnyh strukturalnyh sdvigov v turistskoj otrasli regiona. Matematičeskije zametki SVFU, 2007, vol. 14, no. 1, pp. 151–161.
21. Martyšenko S.N., Martyšenko N.S. Optimizacija struktury investicij v regionalnye turističeskije proekty. Region: Jekonomika i Sociologija, 2008, no. 3, pp. 23–32.
22. Martyšenko S.N., Martyšenko N.S., Gusev E.G. Optimizacija kalendarnogo plana realizacii program na osnove sinergetičeskogo podhoda. Problemy teorii i praktiki upravlenija, 2008, no. 6, pp. 90–97.
23. Truhan V.D. Jekologičeskoe povedenie potrebitel'ej: novaja jera. Praktičeskij marketing, 2014, no. 9 (211), pp. 3–7.

References

1. Budumjan E.V. Sinergetičeskij jeffekt kak odin iz faktorov povyšeniya jeffektivnosti portfelja innovacionno-investicionnyh proektov. Gorizonty jekonomiki, 2012, no. 4, pp. 29–31.