

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ БОТАНИЧЕСКОГО САДА КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБЪЕКТА ВЛАДИВОСТОКСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ



Мартышенко Наталья Степановна,

кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 690014 г. Владивосток, ул. Гоголя, 41
natalya.martyshenko@vvsu.ru



Локша Анна Владимировна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 690014 г. Владивосток, ул. Гоголя, 41
fox1108@mail.ru

Современный ботанический сад – это городская особо охраняемая природная озелененная территория специального назначения. Крупнейшие ботанические сады мира пользуются огромной популярностью у туристов. Ботанический сад во Владивостоке обладает высокими потенциальными возможностями для развития. Для реализации потенциала необходимы крупные инвестиции в его модернизацию. Новые экономические условия позволяют строить масштабные планы по организации в крае въездного туризма. Для этого необходимо иметь достаточный список туристических объектов, отвечающих международным требованиям и способных принимать большие потоки туристов одновременно. В работе доказывается, что одним из таких объектов может стать ботанический сад во Владивостоке, который может быть не только экономически эффективен, но имеет высокую социальную значимость и работает на имидж города. В процессе маркетингового анализа инвестиционного проекта «Ботанический сад во Владивостоке» использовались: методология инвестиционного анализа проектов, методы логического, статистического анализа. Ботанический сад во Владивостоке может использоваться как очень интересный объект в пакете с другими туристическими объектами. В работе рассматривается список туристических объектов, выполняющих роль центрального элемента, которые могут быть использованы в сочетании с экскурсиями по ботаническому саду. В сопредельных с Приморским краем государствах очень высок интерес к природным объектам. Поэтому для привлечения туристов из этих стран необходимо иметь достаточное количество доступных туристических объектов, где туристы могут не только почувствовать единение с природой, но и получить новые знания о природе. Для модернизации ботанического сада необходимо построить ряд крупных павильонов, которые туристы смогут посещать круглогодично.

Ключевые слова: ботанический сад; инвестиционный проект; туристический объект; въездной туризм; экологическая культура.

ВВЕДЕНИЕ

Начиная с саммита АТЭС в 2012 году, который прошел во Владивостоке, Правительством РФ взят курс на интеграцию с быстроразвивающимися странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Президент России В.В. Путин в своем Послании Федеральному Собранию Российской Федерации от 12.12.2013 определил «развитие российского Дальнего Востока национальным приоритетом страны на весь XXI век» [1]. В современных условиях Дальний Восток должен стать одним из драйверов экономического развития России

в целом. Решение столь масштабной задачи невозможно без привлечения крупных инвестиций, в том числе зарубежных.

Для привлечения инвесторов Правительством РФ был разработан ряд экономических механизмов, которые были оформлены в виде федеральных законов [2, 3]. Хотя новые условия ведения бизнеса, определенные в законах, вступили в силу менее года назад, а часть из них еще только готовится к применению на практике, достигнуты определенные результаты. Реализуется серия крупных инвестиционных проектов.

К маю 2016 года на Дальнем Востоке создано 12 территорий опережающего развития (ТОР). В Приморском крае начали работу три ТОР – «Михайловский», «Надеждинская» и «Большой Камень». Еще несколько перспективных инвестиционных площадок для создания ТОР находятся на стадии рассмотрения. Государство поддерживает бизнес, вкладывая средства в инфраструктуру. В настоящее время на 1 рубль бюджетных средств привлекается 12 руб. частных инвестиций. По подписанным проектам планируется создание 55 тыс. новых рабочих