



СОДЕЙСТВИЕ РЕГИОНАЛЬНОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА В РАМКАХ ЦАРЭС 2030 ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

МАРТ 2019 Г.

**СОДЕЙСТВИЕ РЕГИОНАЛЬНОМУ
СОТРУДНИЧЕСТВУ В ОБЛАСТИ
ТУРИЗМА В РАМКАХ ЦАРЭС 2030
ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

МАРТ 2019 Г.





Creative Commons Attribution 3.0 IGO license (CC BY 3.0 IGO)

© 2019 Азиатский банк развития
6 ADB Avenue, Mandaluyong City, 1550 Metro Manila, Philippines
Tel +63 2 632 4444; Fax +63 2 636 2444
www.adb.org

Некоторые права защищены. Опубликовано в 2019 году.

ISBN 978-92-9261-592-5 (print), 978-92-9261-593-2 (electronic)
Номер тиража: TCS190110-2
DOI: <http://dx.doi.org/10.22617/TCS190110-2>

Изложенные в данной публикации взгляды выражают мнение авторов и могут не совпадать с мнениями и политикой Азиатского банка развития (АБР) или его Совета управляющих, а также правительств тех стран, которые они представляют.

АБР не гарантирует точность данных, содержащихся в настоящей публикации, и не несет ответственность за какие-либо последствия их использования. Упоминание конкретных компаний или продуктов изготовителей не означает, что они одобряются или рекомендуются АБР в качестве предпочтительных, по сравнению с другими подобными продуктами, которые не были упомянуты.

Использование каких-либо обозначений или ссылок на конкретную территорию или географическую зону, равно как и использование в настоящем документе термина "страна", не означает выражение позиции АБР относительно правового или иного статуса такой территории или зоны.

Данный материал доступен на условиях лицензии Creative Commons Attribution 3.0 IGO (CC BY 3.0 IGO) <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>. Использование Вами содержания данной публикации означает Ваше согласие соблюдать условия указанной лицензии. Для получения ссылок на источник, переводов, адаптаций и разрешений, пожалуйста, предварительно ознакомьтесь с положениями и условиями пользования на <https://www.adb.org/terms-use#openaccess>

Вышеозначенная лицензия CC не распространяется на содержащиеся в данной публикации материалы, не защищенные авторскими правами АБР. Если материал относится к другому источнику – пожалуйста, свяжитесь с владельцем авторских прав или издателем этого источника для получения разрешения на его воспроизведение.

АБР не может привлекаться к ответственности в связи с какими-либо претензиями, вытекающими из использования Вами таких материалов.

Если у Вас имеются вопросы или комментарии в отношении содержания, либо если Вы желаете получить разрешение владельца авторских прав на использование публикации в целях, не предусмотренных настоящими условиями, или разрешение на использование логотипа АБР, пожалуйста, свяжитесь с pubsmarketing@adb.org.

С исправленными опечатками в публикациях АБР можно ознакомиться по ссылке:

Примечания: В данной публикации символом "\$" обозначены доллары США.

АБР признает «Китай» как Китайскую Народную Республику, а «Россию» – как Российскую Федерацию.

Дизайн обложки: Джаспер Лозон.

Содержание

Таблицы и рисунки	v
Пролог	vi
Слова признательности	viii
Аббревиатуры и сокращения	ix
Резюме	x
1 Введение	1
1.1 Базовая Информация о ЦАРЭС, ее Новой Стратегии и Задачах	1
1.2 Регион ЦАРЭС	2
1.3 Цель и Структура Предварительного Исследования в Области Туризма	2
2 Текущее Состояние Туризма и Перспективы на Будущее	5
2.1 Рост Спроса и Тенденции	5
2.2 Ключевые Факторы Воздействия	7
3 Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз	15
4 Использование Преимуществ и Реализация Возможностей	16
5 Нивелирование Слабых Сторон и Вызовов	17
5.1 Привлекательность: Восприятие Имиджа и Бренда	18
5.2 Доступность: Воздушные и Наземные Сообщения, Пограничные Формальности	19
5.3 Туристические Продукты	25
5.4 Стандарты и Сервис: Развитие Человеческого Потенциала и Сертификация Объектов	29
5.5 Безопасность: Медицинские и Спасательные Услуги, и Охрана Правопорядка	29
5.6 Институциональные Рамки для Туризма	30
6 Определение Возможностей для Регионального Сотрудничества в Области Туризма	32
6.1 Национальная Политика, Стратегия и Планы Действий	32
6.2 Существующее туристическое сотрудничество в регионе ЦАРЭС и лучшая практика других регионов	32
6.3 Потенциальные Кластеры и Партнерство в Региональном Туризме	36
6.4 Ассортимент Возможностей для Регионального Сотрудничества в Области Туризма	39
6.5 Развитие Туристических Продуктов: Важность Знания Рынка и Маркетинговых Исследований	43
6.6 Региональный Семинар ЦАРЭС По Туризму: Результаты Опроса	46
7 Региональное Туристическое Сотрудничество в ЦАРЭС: Рекомендации	48

ПРИЛОЖЕНИЕ

1	Обобщение Приоритетов, Стратегий и Целевых Показателей Членов ЦАРЭС в Области Туризма	50
2	Стратегические Направления Программы СБМ	63
3	Система Администрирования Туризма в Таиланде	64
4	Результаты Опроса	65

Таблицы и рисунки

Таблицы

	Таблица: Обзор рекомендаций	xvi
1	Прогнозы Международных Туристских Прибытий и Расходов Посетителей в Странах ЦАРЭС, 2018–2028 гг.	6
2	Население и Рост ВВП в Странах-Участницах ЦАРЭС, 2017 г.	8
3	Основные тенденции в области международного туризма	10
4	Анализ SWOT	15
5	Визовые Формальности Между Странами ЦАРЭС	22
6	Визовые Требования в Отношении Международных Рынков в Странах ЦАРЭС	23
7	Мультистрановые Туристические Программы из Европы в Страны ЦАРЭС	25
8	Приоритеты, Цели, Стратегии и Целевые Показатели Стран ЦАРЭС в Области Туризма	44
9	Краткое Изложение Рекомендаций	48

Рисунки

	Модель спроса на природный туризм	28
--	-----------------------------------	----

Пролог

Данное предварительное исследование было подготовлено по просьбе стран-участниц программы Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС). Исследование направлено на оценку потенциала ЦАРЭС как платформы для содействия применению регионального подхода к развитию туризма путем выявления возможностей для усиления и расширения сотрудничества между странами-участницами в секторе туризма, и для максимизации экономических возможностей при одновременной охране экосистем.

Программа ЦАРЭС является партнерством 11 стран – Афганистан, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Кыргызская Республика, Монголия, Пакистан, Китайская Народная Республика (КНР), Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан – и партнеров по развитию, совместно работающих над содействием развитию через сотрудничество, в интересах ускоренного роста и сокращения бедности.

16-я Министерская конференция, состоявшаяся в октябре 2017 года, стала поворотным событием для программы ЦАРЭС, так как министры приняли новую стратегию ЦАРЭС до 2030 года. ЦАРЭС 2030 основана на миссии по соединению людей, мер политики, и проектов в интересах общего и устойчивого развития, и является передовой платформой для экономического и социального развития в регионе. В поддержку более широкой миссии, ЦАРЭС расширила свои операционные приоритеты в рамках новой стратегии для более эффективного решения потребностей региона в развитии, и оказания странам-участницам помощи в реализации Глобальной повестки развития 2030. Результаты данных неустанных усилий по содействию региональному сотрудничеству и интеграции, как ожидается, будут включать улучшенный диалог, увеличение коммуникации между людьми, расширение экономических связей, и улучшение связанности по всему региону.¹

Развитие туризма является одним из операционных приоритетов в рамках ЦАРЭС 2030. Страны ЦАРЭС обладают многообещающим потенциалом развития туризма – крупного генератора рабочих мест, особенно для работников среднего и нижнего уровня дохода, и для женщин и молодежи. Устойчивый туризм, включая общинный и городской туризм, природный и экотуризм, открывает особенно важные возможности. С учетом культурных связей между странами региона и их захватывающих дух природных богатств, таких, как исторические зоны и маршруты, и природные красоты, пересекающие национальные границы, ЦАРЭС может играть ключевую роль в раскрытии большого неиспользованного туристического потенциала региона. В число возможных инициатив по содействию сотрудничеству в области туризма входят инвестиции в туристические услуги и инфраструктуру, совместная разработка

¹ ЦАРЭС. 2018 г. *Задание: Предварительное исследование «Содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030»*. Манила.

туристических продуктов, реклама и брендинг, стремление к гармонизации и облегчению визовых режимов, и другие (сноска 1).

Для того, чтобы лучше понять потенциальную роль ЦАРЭС в туристическом секторе, в октябре 2018 года в Ташкенте состоялся семинар, на котором участники оценили и рассмотрели возможности регионального сотрудничества, определенные в этом предварительном документе, для включения в итоговое Предварительное исследование. Отдельные элементы их выступлений, и выступлений Организации ООН по вопросам образования, науки и культуры, учтены в анализе и рекомендациях Предварительного исследования. Результаты опроса участников семинара также представлены в полном виде в Приложении 4.

Слова признательности

Это исследование было проведено от имени Секретариата Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) и Азиатского банка развития (АБР). Команда хотела бы поблагодарить Вернера Липаха, генерального директора Департамента Центральной и Западной Азии (CWRD); Юна Е, директора Отдела градостроительства и водоснабжения; и Сафдара Парвеза, директора Отдела регионального сотрудничества и координации операций CWRD, за общее методическое руководство и указания.

Администрирование и управление подготовкой данного Предварительного исследования осуществлялось Секретариатом ЦАРЭС в АБР. В Секретариат, оказывающий поддержку в работе ЦАРЭС в области туризма, входят Гуолян Ву, старший специалист по региональному сотрудничеству/руководитель отдела ЦАРЭС; Ромола Наик Сигру, старший специалист по градостроительству и градостроительству; Кармен Гарсиа Перез, специалист по региональному сотрудничеству; и Дженнифер Лапис, координатор по региональному сотрудничеству ЦАРЭС.

Команда выражает свою признательность координаторам регионального сотрудничества и советникам национальных координаторов всех стран ЦАРЭС за помощь, оказанную в сборе соответствующей информации от их соответствующих стран и организации регионального консультационного семинара. Команда также хотела бы выразить благодарность всем участникам семинара по туризму за их ценный вклад.

Основным автором данного исследования является Роберт Траверс. Необходимо отметить вклад всех стран-участниц ЦАРЭС и Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО). Коллегиальная оценка и дополнительный вклад предоставлен Робертом Клевердоном.

Аббревиатуры и сокращения

ЭКАБ	Экономический коридор Алматы-Бишкек
АБР	Азиатский Банк Развития
АСЕАН	Ассоциация стран Юго-Восточной Азии
AZN	азербайджанский манат
ЦАРЭС	Центрально-Азиатское Региональное Экономическое Сотрудничество
ЕС	Европейский Союз
ВВП	валовой внутренний продукт.
СБМ	субрегион Большого Меконга
MICE	встречи, стимулы, конференции и выставки
КНР	Китайская Народная Республика
ЦУР	цель устойчивого развития
ЮНВТО	Всемирная туристская организация
США	Соединенные Штаты Америки
ВСТП	Всемирный совет по туризму и путешествиям
ИТ	Информационные технологии
ТП	Техническая помощь
ЮНЕСКО	Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры

Резюме

I. Введение

Цель программы по Центральноазиатскому Региональному Экономическому Сотрудничеству (ЦАРЭС) заключается в поддержке социально-экономического роста стран-участниц за счет сотрудничества и интеграции в секторах развития. Принятая на 16-й Министерской конференции в октябре 2017 года, стратегия ЦАРЭС 2030 направлена на расширение горизонтов экономического сотрудничества в регионе путем соединения людей, политики, и проектов для общего и устойчивого развития. С учетом того, что суть туризма заключается в создании и содействии улучшению диалога, повышению коммуникации между людьми, расширению экономических связей и повышению связанности по всему региону, его развитие является операционным приоритетом в рамках ЦАРЭС 2030.

Туризм является той сферой деятельности, приверженцы которой не чувствуют себя связанными национальными границами, но желают преследовать свои интересы и заниматься выбранной деятельностью, связанной с темами, которые могут охватывать множество стран. Содействие путешествиям в страны региона ЦАРЭС, между ними и вокруг них, может принести значительные выгоды.

Всемирная туристская организация Объединенных Наций (ЮНВТО) признала туризм эффективным средством оказания помощи развивающимся странам в достижении целей в области устойчивого развития (ЦУР) и более активном участии в мировой экономике. Туризм может выступать в качестве уравнивающей силы и помогать преодолевать разрывы в региональном неравенстве, способствуя росту в городской и сельской местности, и давая местным общинам возможность процветать. Кроме того, содействие устойчивому туризму может помочь сохранению культурного наследия и поддерживать сохранение биоразнообразия за счет сокращения отходов и применения других экологически рациональных методов.

Предварительное исследование в секторе авиации, недавно подготовленное в рамках ЦАРЭС, выявило потребность в улучшении воздушных сообщений для диверсификации вариантов доступа. Данное Предварительное исследование в области туризма направлено на определение способов, которыми страны могут работать друг с другом для того, чтобы воспользоваться преимуществами улучшенных воздушных сообщений за счет повышения привлекательности региона ЦАРЭС, и облегчения въезда и путешествия туристов по региону ЦАРЭС, и развития туристической инфраструктуры и занятий для туристов, которыми они могут заниматься в двух или более странах.

II. Текущее состояние туризма и перспективы на будущее

Международный туризм продолжает демонстрировать устойчивый и неослабевающий рост, превышающий темпы роста глобальной экономики, и не имеет сколько-нибудь значительных признаков ослабления с учетом того, что количество прибытий по всему миру, как ожидается, будет расти на 3.3% с 2010 по 2030 год, и достигнет 1.8 миллиардов к 2030 году, согласно долгосрочному прогнозному отчету ЮНВТО *Туризм на пути к 2030 г.* В период с 2010 по 2030 год туристские прибытия в развивающихся странах (+4.4% в год), как ожидается, будут расти удвоенными темпами по сравнению с развитыми экономиками (+2.2% в год).

За исключением Афганистана, китайских автономных регионов Внутренняя Монголия и Синьцзян-Уйгурский автономный район, и Туркменистана, совокупный объем международных туристских прибытий в регионе ЦАРЭС в 2018 году оценивается Всемирным советом по туризму и путешествиям (ВСТП) на уровне немногим менее 20 миллионов, с прогнозом роста за десять лет до 2028 года почти в 5%. Несмотря на это, рассматриваемая в глобальном контексте совокупная доля стран ЦАРЭС (исключая Китайскую Народную Республику) составляет менее 2% мирового туризма.

Детерминанты уровней, направлений и типов международных поездок остаются по большей части неизменными, и включают экономические факторы, демографические изменения, облегчение условий поездок (как нормативы, так и транспортные сообщения), туристическую инфраструктуру и разработку продуктов, а также маркетинг и рекламу. Однако их влияние на решения о путешествиях со временем претерпело изменения, а информационные технологии продолжают набирать силу за счет значительно возросших знаний потребителей о направлении и туристском опыте, и того, как предоставляется информация о туристических продуктах и услугах, и как они приобретаются. Это привело к усложнению и совершенствованию методов маркетинга и рекламы, используемых туристическими направлениями и туроператорами.

В существующей международной туристической среде присутствует два доминирующих тренда: (i) стремление потребителя к повышенной самореализации за счет своего выбора путешествий, и (ii) мгновенная и полная доступность информации, на которой основывается подобный выбор. Одним из последствий этих тенденций является выбор менее изученных направлений, ранее не считавшихся основными туристическими направлениями, которые теперь могут позиционировать себя в сегментах рынка, направленных непосредственно на те типы опыта, которые могут предложить страны ЦАРЭС на основании своих индивидуальных природных и культурных ресурсов. Будущие перспективы членов ЦАРЭС будут определяться как внешними факторами, такими, как экономические показатели и демографические изменения на основном (и вторичном) туристическом рынке, так и мерами, предпринимаемыми странами ЦАРЭС – либо индивидуально, либо в сотрудничестве с другими странами ЦАРЭС и соседними государствами.

Путем предоставления возможностей туристам из своих собственных и соседних стран, члены ЦАРЭС создадут социально-экономические выгоды и проложат путь для увеличения потока иностранных туристов в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Последовательность «внутренний туризм – региональный туризм – международный туризм» является давно зарекомендовавшей себя моделью развития туристической отрасли, и соответственно может

применяться в странах ЦАРЭС. С учетом богатого природного и культурного наследия стран ЦАРЭС, преобладающие рыночные тенденции предвещают увеличение туристического потока в рамках таких видов деятельности, как:

- (i) **разные виды природного туризма**, включая «активный» (приключенческий туризм), и «мягкий» (осмотр достопримечательностей);
- (ii) **туризм по объектам культурного наследия**, с использованием преимуществ исторически важного Шелкового пути, пролегающего через многие страны ЦАРЭС, и бывших цивилизаций, а также комбинирование физических объектов с объектами нематериальными, включая традиционные ремесла, музыку, представления и кухню;
- (iii) **маршруты, обладающие характеристиками природного и культурного наследия**, привлекающие путешественников, проявляющих общую заинтересованность в этих аспектах стран ЦАРЭС;
- (iv) **городской туризм** (включая транзитный туризм);
- (v) **бизнес – туризм**; и
- (vi) **событийный туризм**.

III. Использование преимуществ и реализация возможностей

Преимущества стран ЦАРЭС как туристических направлений обусловлены их природным и культурным наследием, а также историческими и антропогенными активами: (i) потрясающий ассортимент неиспорченных природных ресурсов во всех странах; (ii) широкое многообразие объектов культурного и городского туризма; (iii) объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, прежде всего Шелковый путь; (iv) многообразие этнических групп и культур; (v) качественная инфраструктура размещения и прочая туристическая инфраструктура в столицах стран; и (vi) политическая добрая воля и поддержка развития туризма со стороны государства.

Как относительно новое туристическое направление, страны ЦАРЭС могут пользоваться преимуществами рыночных тенденций и далее апеллировать к уже устоявшейся репутации Шелкового пути, расширяя спектр основанных на нем туристических маршрутов. В использовании разнообразных природных и культурных туристических преимуществ региона ЦАРЭС, важно развивать их с учетом следующих принципов: (а) соответствие разным сегментам спроса на туристическом рынке (например, внутренний, межрегиональный и международный туризм; развлекательный и не дискреционный туризм, и разные сегменты этих двух категорий); и (в) предоставление максимальных социально-экономических выгод для принимающих стран при минимизации отрицательного социокультурного и экологического воздействия, в соответствии с ЦУР.

IV. Нивелирование слабых сторон и вызовов

В настоящее время развитию туризма и сотрудничеству в регионе ЦАРЭС препятствуют несколько проблем. К ним относятся недостаточное воздушное сообщение и неадекватная

транспортная инфраструктура, сложные визовые режимы и обременительные процедуры пересечения границы, ограниченная привлекательность туристических продуктов стран, низкое качество туристических стандартов, нехватка квалифицированных работников и слабое продвижение имиджа и привлекательности региона для туристов.

Успех любого туристического направления определяется рядом факторов, включая:

- (i) **Привлекательность** восприятие бренда и имиджа потребителями на целевых рынках и сегментах;
- (ii) **Доступность:** потенциал и качество транспортной инфраструктуры; время в пути, частота и стоимость поездок; въездные требования в виде виз (легкость и стоимость получения); и пограничные формальности;
- (iii) **Туристические продукты:** ассортимент и качество достопримечательностей и способов провести время относительно интересов сегментов рынка;
- (iv) **Стандарты и сервис:** качество туристической инфраструктуры и услуги туристического персонала в соответствии с ожидаемыми международными стандартами; и
- (v) **Личная безопасность:** медицинские учреждения и система охраны правопорядка для предоставления защиты от обычной и прочей преступности.

А. Привлекательность: Воспринимаемый Имидж Бренд

При выборе туристического направления важно осознавать, что оценка и восприятие потенциального посетителя, которые в итоге определяют его выбор, являются комбинацией того, что они узнали из средств массовой информации (в роли которых все чаще выступают социальные сети) и посредством личных контактов – от турагентов, членов семьи, и друзей. Не вся эта информация является точным отражением того, что может предложить туристическое направление, – она скорее является «восприятием реальности», когда речь заходит о выборе места назначения.

Отличным примером сложности этого процесса для стран ЦАРЭС является отчет TripAdvisor о туристических трендах Шелкового пути, подготовленный для ЮНВТО. На основании обзоров путешественников в отчете, восемь членов ЦАРЭС входят в десятку стран, наиболее часто ассоциируемых с Шелковым путем – Азербайджан, Казахстан, Кыргызская Республика, Монголия, Китайская Народная Республика (КНР), Таджикистан, Туркменистан, и Узбекистан. Однако, кроме КНР, в ближайшие пять лет путешественники не намереваются посетить ни одну из стран ЦАРЭС, входящих в десятку стран Шелкового пути.

Это открытие ведет к выводу о том, что наиболее фундаментальной потребностью стран ЦАРЭС в отношении международного рынка является построение восприятия того, что эти страны, как совместно, так и по отдельности, отличаются следующими характеристиками: (i) широкий спектр вариантов отличного туристического опыта с высококачественными объектами и стандартами; (ii) повышенная физическая доступность, легкость перемещения внутри стран и между странами; и (iii) безопасность.

Необходимость разработки целостного и убедительного позитивного имиджа региона ЦАРЭС как туристического направления в целом является долгосрочной конечной целью,

которая, вероятно, лучше всего достижима за счет сильной ассоциации с Шелковым путем. В краткосрочной и среднесрочной перспективе наиболее выгоден фокус на создании сильного имиджа и брендов субрегионального партнерства между странами с общими ресурсами и потенциалом для привлечения туристов в рамках мультистрановых туров.

Б. Доступность: Воздушные и Наземные Сообщения, Пограничные Формальности

Ограниченные прямые воздушные сообщения представляют собой значительное препятствие для развития (i) внутрирегионального туризма между странами ЦАРЭС; и (ii) международного туризма в страны ЦАРЭС, как индивидуально, так и на мультистрановой основе. В то время как наземные поездки возможны практически между всеми странами-участницами, присутствует широкое признание того факта, что существующая система автомобильных дорог, особенно на наиболее привлекательных для туристов маршрутах, требует модернизации, как в отношении качества дорог и автобусов, так и в отношении предоставления придорожных услуг.

Визовые требования варьируются, как между разными странами ЦАРЭС, так и между странами происхождения посетителей. Некоторые страны ЦАРЭС в последнее время значительно упростили требования въезда для иностранных посетителей и посетителей из других стран ЦАРЭС. Одной из важных существующих инициатив является предложение о введении визы Шелкового пути по аналогии с шенгенской схемой Европейского Союза.

В то время как конечной целью является упразднение визовых требований для поездок в страны ЦАРЭС и между ними, возможность получать визы по прибытию или электронные визы была бы хорошо воспринята международными путешественниками, и сделала бы регион более привлекательным для туристов. Таким образом, страны ЦАРЭС могли бы работать друг с другом для разработки въездных требований, которые: (i) были бы общими для всех стран ЦАРЭС; и (ii) не требовали подачи личного или электронного заявления до поездки.

В. Туристические Продукты

Одним из ключевых вызовов для стран ЦАРЭС является повышение привлекательности их туристических продуктов и расширение сегментов рынка, заинтересованных в странах ЦАРЭС, помимо небольшого объема любителей приключенческого туризма. Существует возможность диверсифицировать целевые рынки для увеличения объема сегментов, заинтересованных в том, чтобызнакомиться с природным и культурным наследием в ходе отдыха и развлечения (т.е. лиц, заинтересованных в **образовательных** или **информационных развлечениях**). Это потребует разработки соответствующих туристических продуктов и опыта, привлекательных для ключевых международных и региональных сегментов рынка, и совершенствования и расширения туристической инфраструктуры и стандартов сервиса: принцип поиска соответствия продукт-рынок. Повышение способности стран проводить рыночные исследования, собирать и анализировать туристическую статистику, играет ключевую роль для данных целей.

Г. Стандарты и Сервис: Развитие Человеческого Потенциала и Сертификация Объектов

Документы стран ЦАРЭС по планированию политики в области туризма признают необходимость модернизации стандартов туристических объектов и повышения количества обученного персонала в соответствии с международно-принятыми и ожидаемыми стандартами. Туристический персонал, находящийся в операционном контакте с туристами, требует трех категорий навыков: технических, лингвистических, и социальных. Технические и лингвистические навыки можно преподавать с использованием общих учебных программ на основе международных систем, с присвоением квалификаций и сертификацией тем, кто достигает международных стандартов. Программы обучения можно создавать в каждой из стран с использованием одинаковых учебных программ и квалификационных требований, или же организовывать на субрегиональной основе с совместным обучением студентов из двух или более стран.

Д. Личная Безопасность: Медицинские и Спасательные Услуги, и Охрана Правопорядка

По мере роста туризма растет и потребность в решении потенциальных сложностей, связанных со здоровьем и благосостоянием туристов. Обеспечение наличия медицинской инфраструктуры достаточного масштаба и уровня является обязательным условием, особенно за пределами столиц. Для сокращения проявлений обычной и прочей преступности в отношении туристов, рекомендуется обеспечивать наличие центров экстренной связи, полицейских патрулей и служб быстрого реагирования для борьбы с преступностью в основных туристических центрах.

Е. Институциональные Рамки для Туризма

Эти разнообразные факторы невозможно решать в отрыве друг от друга: они требуют координированного планирования и реализации. При изучении каждого из этих факторов в отношении стран ЦАРЭС, необходимо признать, что туристы являются временным дополнением к постоянному населению тех мест, которые они посещают, и в которых останавливаются. Туристы имеют множество потребностей, аналогичных жителям мест их назначения, а также дополнительные нужды. Планирование и управление туризмом играет важнейшую роль, и зачастую требует активного участия и инвестиций со стороны государственного сектора; при этом непосредственно туристическая деятельность наиболее успешно ведется частным сектором.

Институциональные рамки для планирования, разработки, и надзора за функционированием туристического сектора со стороны частного сектора требуют эффективного руководства в государственном секторе и тесной координации с частным бизнесом. В то же время, привлечение туристов в страну требует инвестиций в маркетинг и рекламу, направленных на наиболее многообещающие рынки и сегменты происхождения туристов.

Следовательно, существуют две функции: (i) политика, планирование, регулирование и общее управление; и (ii) маркетинг и продвижение. В настоящее время в большинстве стран ЦАРЭС эти две функции комбинируются в институциональных структурах, что, вероятно,

мешает их эффективности в развитии туризма в соответствии с рыночными потребностями. С другой стороны, можно сказать, что в странах с очень ограниченным числом официальных лиц, обладающих сильными навыками в области туризма, ресурсы целесообразно централизовать в рамках одной организации.

V. Определение Возможностей и Рекомендаций в Отношении Регионального Сотрудничества в Области Туризма

Решение вызовов, выявленных посредством сотрудничества между странами, представляется возможным в таких вопросах, как (i) упрощение визовых и въездных требований, (ii) воздушные сообщения, (iii) развитие туристических продуктов и стандартов сервиса, (iv) образование и обучение в области туризма, (v) условия для иностранных инвестиций, и (vi) развитие брендов и имиджа для региональных и субрегиональных туристических направлений. Национальные стратегии и планы действий стран ЦАРЭС признают потребность во внешней финансовой и технической помощи в вышеупомянутых областях, указывая на возможную роль для партнеров ЦАРЭС по развитию.

Рекомендации были разработаны на основании нижеследующих документов и мероприятий: (i) национальные стратегии и планы действий в отношении развития туризма; (ii) выступления стран-участниц, партнеров по развитию и представителей частного сектора на региональном семинаре ЦАРЭС по туризму, который состоялся в октябре 2018 года в Ташкенте, Узбекистан; и (iii) изучение лучшей практики и уроков других программ регионального сотрудничества в области туризма (например, в субрегионе Большого Меконга). Предлагаемые рекомендации на региональном и/или субрегиональном уровне в ЦАРЭС приведены в таблице ниже.

Таблица: Обзор рекомендаций

Категория	Рекомендация
Доступность и инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> Упрощение общих процедур для того, чтобы сделать визовые процессы более единообразными и дружелюбными по отношению к туристам. Реализация рекомендаций Предварительного исследования ЦАРЭС в секторе авиации для повышения и улучшения воздушных сообщений. Модернизация наземной транспортной инфраструктуры на трансграничных маршрутах.
Туристические продукты и опыт	<ul style="list-style-type: none"> Дальнейшее использование импульса международной поддержки в области развития туристических маршрутов Шелкового пути. Разработка соответствующего туристического опыта (параллельно с развитием модернизированных и расширенных объектов и стандартов сервиса) для всех рынков на основании принципа сопоставления продуктов и рынков. Создание и реализация схем сертификации разных типов туристических объектов во всех странах ЦАРЭС.
Туристические навыки и услуги	<ul style="list-style-type: none"> Разработка образовательных и учебных курсов в области туризма, как на национальной, так и на субрегиональной основе, с общей учебной программой и квалификацией. Работа с Университетом туризма «Шелковый путь» (Самарканд) и прочими институтами для разработки специализированных тренингов и продвижения туристического партнерства между университетами.

продолжение на следующей странице

Таблица продолжение

Категория	Рекомендация
Маркетинг и продвижение	<ul style="list-style-type: none"> Создание виртуальной вспомогательной базы данных ЦАРЭС по туризму для усиления деятельности по сбору туристической статистики и обмена рыночными знаниями. Создание имиджа направлений и субрегиональный брендинг в рамках общего маркетинга региона в разрезе Шелкового пути. Укрепление сотрудничества с Программой «Шелковый путь» Всемирной Туристской Организации ООН и ЮНЕСКО (включая маркетинговые исследования в отношении объектов ЮНЕСКО, и объектов природного и культурного наследия для разработки имиджа и брендинга направлений).
Финансирование и прочая поддержка	<ul style="list-style-type: none"> Разработка стандартной региональной инвестиционной структуры для иностранных инвесторов. Определение механизмов финансовой поддержки для ускоренного улучшения доступности, разработки продуктов, и маркетинга ЦАРЭС и субрегионов, включая суверенное кредитование, техническую помощь и не суверенное кредитование.
Организация и институты	<ul style="list-style-type: none"> Создание экспертной группы ЦАРЭС по туризму для продвижения работы и сотрудничества в области туризма и улучшения координации и сотрудничества между государственным и частным сектором. Развитие субрегионального партнерства стран для совместного осуществления работ (например, разработка продуктов, трансграничный туризм и маркетинг). Разработка более детальной среднесрочной Стратегии ЦАРЭС в области туризма с описанием видения и дорожной карты до 2030 г.

ЦАРЭС = Центральноазиатское региональное экономическое сотрудничество; ЮНЕСКО = Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры.

Источник: Секретариат ЦАРЭС.

1 Введение

1.1 Базовая Информация о ЦАРЭС, ее Новой Стратегии и Задачах

1. В поддержку более широкого видения, принятого на 16-й Министерской конференции в октябре 2017 года, Программа Центральноазиатского Регионального Экономического Сотрудничества (ЦАРЭС) расширила свои операционные приоритеты для более эффективного решения потребностей региона в области развития и оказания странам-участницам содействия в достижении Повестки дня в области устойчивого развития 2030 посредством устойчивого содействия региональному сотрудничеству и интеграции. С учетом того, что суть туризма заключается в создании и содействии улучшению диалога, повышению коммуникации между людьми, расширении экономических связей и повышению связанности по всему региону, его развитие является операционным приоритетом в рамках ЦАРЭС 2030.

2. ЦАРЭС будет содействовать региональному подходу к развитию устойчивого туризма для максимизации экономических возможностей и охраны экосистем. Региональные инициативы, призванные поддерживать крупный неиспользуемый туристический потенциал региона через рекламу и брендинг, инвестиции в туристические услуги и критическую инфраструктуру, совместную разработку туристических продуктов, и содействие гармонизации и ослаблению визовых режимов.¹

3. Туризм тесно связан с достижением Целей устойчивого развития (ЦУР) Организации Объединенных Наций. Исследование Всемирной Туристской Организации ООН (ЮНВТО) «Туризм и Цели устойчивого развития – на пути к 2030»,² определило три из 17 ЦУР как целевые показатели для сектора туризма. В их число входят:

- (i) ЦУР 8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех – Достойная работа и экономический рост.
- (ii) ЦУР 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства – Ответственное потребление и производство.

ЦАРЭС будет продвигать региональный подход к развитию устойчивого туризма, чтобы максимизировать экономические возможности, наряду с сохранением экосистем.

¹ ЦАРЭС 2030. *Операционные кластеры: Туризм*. Манила.

² ЮНВТО. 2018. *Туризм и Цели устойчивого развития – на пути к 2030*. Мадрид.

(iii) ЦУР 14: Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития – Подводная жизнь.

4. Помимо этого, туризм может делать большой вклад в ЦУР 11: Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов. Развивающиеся страны также считают устойчивый туризм ускорителем ЦУР, с учетом его прямого и мультипликаторного воздействия на другие секторы и отрасли.

1.2 Регион ЦАРЭС

5. 11 стран, составляющих регион ЦАРЭС, расположены в самом центре мира: Афганистан, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Кыргызская Республика, Монголия, Пакистан, Китайская Народная Республика (КНР), Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. На протяжении всей своей истории данный регион являлся мостом между востоком и западом. Регион являлся, и теперь вновь превращается в динамичную торговую среду, в настоящее время именуемую Шелковыми путями.³ Здесь появлялись и исчезали империи и города, мигрировали народы и рождались культуры. Некоторые из высочайших горных пиков, великих пустынь и крупнейших внутренних морей в мире расположены здесь. По дорогам региона путешествовали религии, приходили и уходили армии. Мир вновь интересуют культуры, соединительные маршруты и минеральные богатства Центральной Азии: войны и Большая игра всегда были частью ее истории. На бескрайних просторах региона развиваются динамичные культуры и города, и вновь проявляют себя инновации и человеческий гений. Фундаментальную роль для этого региона играют торговля и путешествия, а решение проблем и вызовов повлечет за собой рост туристического потенциала.

“Глубинка и пустошь – это не более, чем миф. На самом деле мост между востоком и западом расположен на самом перекрестке цивилизаций. Далеко от задворков глобальной политики, эти страны располагаются в самом ее центре, причем с самого начала истории. Иудаизм, христианство, ислам, буддизм и индуизм теснили друг друга. Именно в этом котле соперничали языковые группы, а индоевропейские, семитские и сино-тибетские языки переплетались с алтайскими, тюркскими и кавказскими. Именно здесь возвышались и приходили в упадок великие империи, а последствия столкновений между культурами и соперниками ощущались за тысячи миль.”⁴

³ Термин *Seidenstrassen* (“Шелковые пути”) был впервые использован в 1877 году немецким географом, картографом, и исследователем Бароном Фердинандом фон Рихтхофеном (П. Франкопан 2015. Шелковые пути: Новая история мира, Блумсбери Паблишинг.

⁴ Франкопан П., 2015. *Шелковые пути*: Новая история мира, Блумсбери Паблишинг.

1.3 Цель и Структура Предварительного Исследования в Области Туризма

6. Данное предварительное исследование представляет оценку потенциала ЦАРЭС как платформы для содействия региональному подходу к развитию и функционированию туризма. Его цель заключается в определении возможностей для усиления и расширения сотрудничества между странами-участницами в секторе туризма для максимизации экономических возможностей, на фоне предотвращения его отрицательных социокультурных и экологических последствий.

7. Глава 2 предоставляет анализ текущего состояния международного туризма и определяет ключевые тенденции регионов происхождения и направления, рыночных сегментов, ключевых факторов влияния и детерминант. Использованные данные предоставлены широким спектром источников публикаций, включая Библиотеку Азиатского банка развития (АБР), электронную библиотеку Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Всемирный Совет по Туризму и Путешествиям (ВСТП), Отчет о конкурентоспособности туризма Всемирного экономического форума по странам, имеющиеся отчеты АБР и других стран, связанные со схожими объединениями (например, программа субрегиона Большого Меконга (СБМ)), а также планы и устремления государственного и частного сектора. Помимо этого, представлены свидетельства из независимых туристических профилей стран, таких, как TripAdvisor, Lonely Planet и прочие онлайн-источники, а также множество опубликованных путеводителей и исторических источников. Данная программа исследований и анализа позволила нарисовать картину туристического роста и тенденций, включая туристические источники и направления, сегменты и ниши, ключевые факторы воздействия и будущие перспективы.

8. Глава 3 содержит анализ сильных сторон, слабых сторон, возможностей и угроз развитию туризма в регионе ЦАРЭС. Далее следует Глава 4, которая описывает, как сильные стороны региона могут поддержать развитие туризма и помочь реализовать возможности на рынке.

9. В 5-й Главе рассматривается широкий спектр препятствий, в настоящее время не позволяющих региону ЦАРЭС более активно привлекать международных туристов и извлекать максимальную экономическую выгоду из туристического сектора. Определяются основные черты существующих и планируемых мер политики и стратегий стран в области туризма, а также институциональные рамки туристической деятельности.

10. Глава 6 рассматривает существующие инициативы туристического сотрудничества в регионе ЦАРЭС и представляет информацию о реалистичных возможностях для регионального и субрегионального сотрудничества и интеграции в области содействия, развития и управления туризмом для максимизации экономической выгоды от сектора для стран ЦАРЭС при

охране экосистем. Глава 7 содержит ряд рекомендаций по сотрудничеству в области туризма в регионе ЦАРЭС, включая примеры и планы по расширению сотрудничества между группами стран ЦАРЭС, охватывающие такие области, как (i) доступность и инфраструктура; (ii) туристические продукты и опыт, (iii) туристические навыки и услуги, (iv) совместный маркетинг и реклама туризма, (v) финансирование, и (vi) организация и институты.

11. И, наконец, документ содержит четыре приложения, которые охватывают (i) приоритеты, цели, стратегии и целевые показатели сектора туризма стран-участниц ЦАРЭС, (ii) 21 программу СБМ в рамках пяти Стратегических направлений, (iii) модель Тайской системы администрирования туризма, и (iv) результаты опроса участников Семинара по региональному туристическому сотрудничеству в ЦАРЭС, состоявшегося в октябре 2018 года в Ташкенте, Узбекистан.

2 Текущее Состояние Туризма и Перспективы на Будущее

2.1 Рост Спроса и Тенденции

12. Международный туризм продолжает демонстрировать стабильный и устойчивый рост, опережающий темпы роста глобальной экономики. Количество международных туристических прибытий выросло на 6,8% в 2017 году, а среднегодовые темпы роста в период с 2010 по 2017 год составили 4,8%, достигнув 1,32 миллиардов человек и объема поступлений на уровне 1,33 триллионов долларов США (на 7,5% выше в 2017 году, на фоне среднегодовых темпов роста с 2010 года на уровне 4,5%).⁵ Для сравнения, глобальный валовой внутренний продукт (ВВП) в 2017 году вырос на 3%, что выше по сравнению с большинством лет начиная с 2010 года.⁶

13. Регионами, демонстрирующими самые высокие темпы роста въездного туризма в 2017 году, являются Европа, где зарегистрирован рост числа международных туристических прибытий на 8,4%, и Азия и Тихий океан с ростом немногим менее 6%. Из всех регионов мира, Азия и Тихий океан, второй по посещаемости регион после Европы, рос самыми быстрыми темпами с 2005 года в разрезе международных туристических прибытий. Он также играет важную роль как рынок происхождения, подпитывая рост региональных направлений и направлений в дальнем зарубежье. В 2017 году этот регион предоставил 335 миллионов международных путешественников, которые потратили 502 миллиарда долларов, или 37% от общемирового показателя.⁷ В Европе субрегион Центральной и Восточной Европы в 2017 году показал рост прибытий на 4,9% (на фоне 4,3% в год в период с 2010 по 2017 гг.). Хотя в этом субрегионе располагаются семь стран ЦАРЭС,⁸ в связи с отсутствием информации от других членов ЦАРЭС, в данные ЮНВТО включены только данные по Грузии за 2017 год (ссылка 7).

14. Налицо неослабевающий рост международного туризма: так, по данным долгосрочного прогнозного отчета ЮНВТО *Туризм на пути к 2030 году*, прибытия по всему миру, как ожидается, в период с 2010 по 2030 гг. будут расти на 3,3% в год, и к 2030 году достигнут 1,8 миллиардов». В период с 2010 по 2030 год туристские прибытия в развивающихся странах (+4,4% в год),

⁵ ЮНВТО. 2018. *Барометр мирового туризма*. Том 16, выпуск 3. Мадрид.

⁶ Группа Всемирного банка. 2018. *Глобальные экономические перспективы*. Вашингтон, ОК.

⁷ ЮНВТО и Глобальный исследовательский центр экономики туризма (ГИЦТЭ). 2018. *Важность Азии и Тихого Океана для Глобального Туризма Растет*. Мадрид.

⁸ Азербайджан, Грузия, Казахстан, Кыргызская Республика, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан.

как ожидается, будут расти удвоенными темпами по сравнению с развитыми экономиками (+2,2% в год). Доля рынка, принадлежащая развивающимся странам, выросла с 30% в 1980 году до 45% в 2016, и, как ожидается, к 2030 году достигнет 57%, или более 1 миллиарда туристских прибытий.⁹

15. На основании отчетов ВСТП по восьми странам-участницам ЦАРЭС (см. Таблицу 1), следующее десятилетие в регионе ЦАРЭС будет характеризоваться ростом туристских прибытий со среднегодовыми темпами в 4,9%,¹⁰ более чем соответственно ожидаемому глобальному расширению туризма на 3,3% в год до 2030 года, и 4,4% в год в развивающихся экономиках, как указано в отчете ЮНВТО *Основные показатели развития туризма в 2017 г.*¹¹ Несмотря на это, в глобальном контексте совокупная доля стран ЦАРЭС (исключая КНР) все еще составляет менее 2% мирового туризма. Это демонстрирует значительный вызов, но, в то же время, и возможность.

Таблица 1: Прогнозы Международных Туристских Прибытий и Расходов Посетителей в Странах ЦАРЭС, 2018–2028 гг.

Ожидается, что в период с 2018 по 2028 годы количество туристов, прибывающих в регион ЦАРЭС, будет увеличиваться почти на 5,0% в год.

Страна ЦАРЭС	Прогноз количества туристских прибытий в 2018 г., тыс.	Прогноз количества туристских прибытий в 2028 г., тыс.	Годовой прирост туристских прибытий в % в 2018–2028 гг.	Годовой рост расходов посетителей в % в 2018–2028 гг.
Азербайджан	2 125	3 235	4,3	6,1
Грузия	3 500	6 125	5,8	5,4
Казахстан	6 010	8 658	3,7	3,5
Кыргызская Республика	4 088	6 130	4,1	3,5
Монголия	474	1 021	8,0	4,0
Пакистан	1 252	2 054	5,1	6,4
Таджикистан	218	263	1,9	2,0
Узбекистан	2 066	4 238	7,5	6,9
Итого	19 733	31 724	4,9	Не применимо, так как средние показатели рассчитаны в местной валюте в каждой из стран

ЦАРЭС = Центральноазиатское региональное экономическое сотрудничество.

Источник: Страновые отчеты ВСТП в рамках серии отчетов Экономическое воздействие путешествий и туризма 2018 (Афганистан и Туркменистан ВСТП не покрываются). Данные по КНР не приводятся.

⁹ ЮНВТО. 2018. *Основные показатели развития туризма 2017*, ЮНВТО. Мадрид: Всемирная туристская организация.

¹⁰ ВСТП. 2018. *Экономическое воздействие путешествий и туризма 2018*. Ряд страновых отчетов по Азербайджану, Грузии, Казахстану, Кыргызской Республике, Монголии, Пакистану, Таджикистану и Узбекистану. Лондон.

¹¹ ЮНВТО. 2017. *Основные показатели развития туризма 2017*, ЮНВТО. Мадрид.

16. Признается тот факт, что по некоторым странам данные ВСТП не соответствуют цифрам, содержащимся в страновых презентациях Регионального семинара ЦАРЭС по туризму, состоявшегося в Ташкенте, Узбекистан, в октябре 2018 года. Это можно объяснить требованиями данных ВСТП, согласно которым туристы должны провести в стране назначения не менее 24 часов, а посетители, проводящие менее суток, не учитываются в расчетах.

2.2 Ключевые Факторы Воздействия

17. Будущие перспективы 11 членов ЦАРЭС будут определяться как внешними факторами, такими, как экономические показатели и демографические изменения на основном (и вторичном) туристическом рынке, так и мерами, предпринимаемыми отдельными странами ЦАРЭС – либо индивидуально, либо в ассоциации и сотрудничестве с соседями и другими странами ЦАРЭС посредством мультистрановых инициатив.

18. Фундаментальным фактором в развитии туризма в регионе ЦАРЭС является финансовая способность собственного населения стран к развлекательным путешествиям. Совокупное население стран ЦАРЭС составляет 360 миллионов человек (более двух третей которых проживает в Пакистане). В 2017 году рост ВВП во всех странах ЦАРЭС (за исключением КНР) составил в среднем 4.5%¹² – намного выше глобальных среднегодовых темпов роста. Участники октябрьского регионального семинара ЦАРЭС по туризму пришли к консенсусу в вопросе о том, что в странах ЦАРЭС проживает значительное число граждан с достаточным доходом для развлекательного туризма, и, с учетом роста доступа к онлайн-вым и прочим источникам информации о туристических возможностях, можно ожидать значительного роста спроса в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

19. Таблица 2 подчеркивает большое население Пакистана, КНР, и Узбекистана, и потенциальную покупательскую способность в Азербайджане, Грузии, Казахстане, Монголии и Туркменистане. Помимо этого, все большее признание получает растущая покупательская способность КНР. С учетом обычной тенденции расширения развлекательного туризма, напоминающей постепенное распространение кругов на воде от брошенного камня, наибольший рост развлекательного туризма среди населения стран ЦАРЭС будет наблюдаться в пределах собственной страны, и в рамках развлекательных поездок в соседние страны. Внутренний и региональный туризм предоставляют странам ЦАРЭС большие возможности для роста. Помимо внутрирегионального потенциала, акцент на внутреннем туризме представляет собой тот способ, которым страны ЦАРЭС могут привить своему населению концепцию путешествий для развлечений и отдыха, а также для не дискреционных целей.

Внутренние и региональные поездки предоставляют значительные возможности роста для стран ЦАРЭС.

¹² АБР. 2018. Перспективы экономического развития Азии 2018 (обновленная версия). Манила.

20. Развитие туризма, как правило, следует модели, начинающейся с предоставления объектов и опыта для собственного населения страны, прежде чем привлекать посетителей из соседних и других расположенных неподалеку стран, за которыми уже следуют туристы из дальнего зарубежья. На глобальном уровне, в 2017 году расходы на внутренний туризм составили 72,7% от совокупного вклада туризма и путешествий в ВВП.¹³ Эта модель полностью применима к странам ЦАРЭС, большинство которых в настоящее время имеют низкий уровень международного туризма. Путем предоставления возможностей туристам из своих собственных и приграничных стран (например, страны ЦАРЭС и Индия, КНР и Российская Федерация), члены ЦАРЭС создадут социально-экономические выгоды и проложат путь для увеличения потока иностранных туристов из более дальнего зарубежья в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Таблица 2: Население и Рост ВВП в Странах-Участницах ЦАРЭС, 2017 г.

Страна ЦАРЭС	Население в 2017 г. (миллионов человек)	Валовой внутренний продукт на душу населения, 2017 год,	
		атласный метод (долл. США)	Рост ВВП в год, 2017 (%)
Афганистан	35,53	570	2,5
Азербайджан	9,86	4 080	0,1
Грузия	3,72	3 790	5,0
Казахстан	18,04	7 890	4,1
Кыргызская Республика	6,20	1 130	4,6
Монголия	3,07	3 290	5,3
Пакистан	197,01	1 580	5,4
Китай – Синьцзян-Уйгурский Автономный Район	23,98 (2016)	–	3,5 (2016)
Китай – Внутренняя Монголия	25,20 (2016)	–	1,7 (2016)
Таджикистан	8,92	990	7,1
Туркменистан	5,76	6 650	6,5
Узбекистан	32,39	1 980	5,3

ЦАРЭС = Центральноеазиатское региональное экономическое сотрудничество, ВВП = валовой внутренний продукт, КНР = Китайская Народная Республика

Источник: Всемирный Банк и Перспективы экономического развития Азии 2018 (обновленная версия), кроме Годового статистического сборника Китая для Синьцзян-Уйгурского Автономного Района и Автономного Района Внутренняя Монголия. Рост ВВП в Синьцзян-Уйгурском Автономном Районе и Автономном Районе Внутренняя Монголия относится к Валовому региональному продукту.

¹³ Всемирный совет по туризму и путешествиям. 2018. Экономическое воздействие путешествий и туризма 2018. Лондон.

21. Международная туристическая деятельность подразделяется следующим образом:

- (i) Развлечения, отдых, отпуск: 53%
- (ii) Визиты друзей и родственников, здравоохранение, религия, иные личные цели: 27%
- (iii) Бизнес и профессиональные цели: 13%
- (iv) Не указано: 7%.¹⁴

22. Это подразделение последние несколько десятилетий остается практически неизменным, как и детерминанты уровней, направлений и типов международных поездок, включая экономические факторы, демографические изменения, содействие поездкам (как регулятивные вопросы, так и транспортные сообщения), туристическую инфраструктуру и разработку продуктов, а также маркетинг и рекламу.

23. Однако влияние этих факторов воздействия на решения в отношении путешествий также изменилось с ходом развития информационных технологий (ИТ). ИТ значительно расширили знания потребителей о пунктах назначения и вариантах опыта, а также то, каким образом можно приобрести туристические продукты и услуги. ИТ также привели к усложнению и совершенствованию методов маркетинга и рекламы, используемых туристическими направлениями и туроператорами.

24. Вкратце, в настоящее время существует больше направлений, предлагающих более широкий спектр туристического опыта, чем когда-либо ранее; эти направления рекламируются перед все более разнообразным набором сегментов и ниш на рынке. Доступность информации о всех аспектах путешествий онлайн используется как потребителями, так и поставщиками туристических услуг, включая сами направления.

25. Некоторые из ключевых тенденций, выявленных на международном туристическом рынке, могут оказывать прямое, позитивное воздействие на регион, не отличающийся большим количеством посетителей из традиционных рынков происхождения туристов с высоким объемом и высокими темпами роста. В их число входят:

Информационные технологии значительно расширили знания потребителей о местах назначения и опыте, а также о способах доступа и покупки туристических продуктов и услуг.

¹⁴ Statista. 2018. *Международный въездной туризм по целям визита, 2016*. Гамбург.

Таблица 3: Основные тенденции в области международного туризма

Для Индивидуальных Путешественников	Для Туристических Направлений и Туроператоров
<ul style="list-style-type: none"> • Развитие трансформативного туризма: шаг к самореализации посредством путешествия, которое выходит за рамки аутентичного и основанного на опыте. Он имеет общие черты с туризмом, основанным на опыте, но делает еще один шаг – путешествие мотивируется и определяется сдвигом в точке зрения, самоосмыслением и саморазвитием, и подразумевает более глубокое единение с природой и культурой. • Цифровая трансформация предоставляет потребителям информацию о всех аспектах их выбора поездки, и позволяет им выбрать туристические продукты и аспекты, которые напрямую соответствуют их предпочтениям и потребностям.^a 	<ul style="list-style-type: none"> • Рост клиентоцентричности влечет за собой увеличение персонализации за счет непрекращающегося развития электронных технологий.^b Туристические бренды, включая направления, стремятся к предоставлению более персонализированного клиентского опыта от начала и до конца, для повышения лояльности клиентов. • Маркетинг и продвижение туристических направлений направлены на последовательные этапы пути путешественника – от информирования, генерации заинтересованности, трансформации интереса в желание, до провоцирования к действию, организации поездки и реагирования на обратную связь после визита. Это имеет своей целью стимулирование повторных визитов и предоставление позитивной обратной связи другим путешественникам.

^a Vogue. 2017. Почему трансформативный туризм станет туристическим трендом 2017 года. 3 января.

^b Г. Оутс. 2018. Рост клиентоцентричности ведет к масштабной персонализации. В Skift Megatrends Defining Travel in 2018. Нью-Йорк: Skift.

Источник: Секретариат ЦАРЭС.

26. Одним из последствий поиска клиентом большей самореализации и немедленной и полной доступности информации является выбор менее изученных направлений. Релевантность этих изменений на туристическом рынке для стран ЦАРЭС заключается в том, что регионы, которые ранее не считались основными туристическими направлениями, могут теперь позиционировать себя на сегментах рынка, которые специализируются на тех типах туристического опыта, который могут предложить страны ЦАРЭС на основании своих индивидуальных природных и культурных ресурсов. Для этих целей необходима соответствующая туристическая инфраструктура, разработка продуктов и услуг, и их предложение в странах ЦАРЭС

27. Двумя широкими сегментами развлекательного туризма, актуальными для региона ЦАРЭС в настоящее время, являются приключенческий туризм и культурный туризм, с учетом богатства объектов природного и культурного наследия в странах ЦАРЭС. Другие важные сегменты для продолжения изучения странами ЦАРЭС включают городской туризм, бизнес-туризм (во всех его формах) и событийный туризм

2.2.1 Приключенческий Туризм

28. Глобальный рынок приключенческого туризма в 2016 году оценивался в 444,85 миллиардов долларов, с прогнозом на уровне 1,336 триллионов долларов в 2023 году, с годовым приростом на уровне в 17,4% в период с 2017 по 2023 год. Как таковой, приключенческий туризм является одним из самых быстрорастущих сегментов. Двумя лидирующими регионами на данном рынке являются Америка и Европа. Регион Азии и Тихого океана является самым быстрорастущим регионом для приключенческого туризма.

29. Рынок приключенческого туризма разделяется на «жесткий» и «мягкий» субсегменты. Жесткий субсегмент ассоциируется с физическими нагрузками (и потенциальным риском), а мягкий субсегмент – с таким опытом, как посещение достопримечательностей. Мягкий сегмент доминирует на рынке приключенческого туризма, поскольку подобные виды деятельности характеризуются уровнем риска от низкого до среднего, и, следовательно, привлекают большую клиентскую базу. Более того, приключенческие туристы концентрируются на менее рискованных видах отдыха, и более открыты для других элементов, таких, как природа, изучение и осмысленный жизненный опыт, которые способствуют росту этого сегмента.

30. Рост приключенческого туризма обусловлен желанием путешественников посетить неизведанные места. К примеру, Руанда в Африке переживает значительный рост числа приключенческих туристов, желающих увидеть дикую природу (горных горилл); таким же образом, горы Албании привлекают все больше туристов, ищущих приключения. Многие страны ЦАРЭС подпадают под категорию «неизученных» направлений, и обладают высоким потенциалом для приключенческого туризма, как жесткого (включая пешие, конные или велосипедные походы, альпинизм, зимние виды спорта, скалолазание, катание на лыжах, кейвинг, рафтинг и т.д.), так и мягкого (посещение нетронутых природных озер, рек, гор и равнин). Однако, что риски, ассоциируемые с приключенческим туризмом, и, в некоторых случаях, непредсказуемые погодные условия, ограничивают рост данного рынка.

31. В данном сегменте, как и в сегментах туризма на основе культурного наследия, отмечается увеличение числа государственных инициатив в виде государственно-частного партнерства, направленного на продвижение приключенческого туризма. В то же время, рост популярности социальных сетей может предложить важную возможность для роста рынка, поскольку Facebook уже стал предпочитаемой социальной сетью для путешественников, ищущих наилучшие туристические предложения.¹⁵

Приключенческий и культурный туризм имеют особое значение для региона ЦАРЭС, учитывая обилие природных и культурных ценностей в странах ЦАРЭС.

¹⁵ Allied Market Research (AMR). 2018. *Рынок приключенческого туризма*. Портленд, Орегон.

Сочетание материальных и нематериальных активов вдоль древнего Шелкового пути предлагает потенциал для увеличения туристических потоков в регионе ЦАРЭС.

2.2.2 Культурный Туризм

32. На сегодняшний день культурный туризм является одним из крупнейших и быстрорастущих рынков глобального туризма: по оценкам, четверо туристов из десяти выбирают направление своего путешествия на основании его культурной привлекательности. В ходе опроса своих членов, ЮНВТО обнаружила, что почти все респонденты включили в свое определение культурного туризма как **материальное наследие** (к примеру, объекты национального и всемирного наследия, памятники, исторические места и здания, культурные маршруты и пр.), так и **нематериальное наследие** (например, ремесла, гастрономию, традиционные фестивали, музыку, устные традиции, религиозный или духовный туризм и др.). Большинство стран (82%) также указали, что, по их мнению, культурный туризм включает также и современную культуру (например, кинематограф, исполнительское искусство, дизайн, моду, новые средства массовой информации и др.). Каждая третья страна также упомянула такие элементы, как спорт, образование, здравоохранение и шоппинг как часть культурного туризма.¹⁶

33. Смешение материального и нематериального наследия с современной культурой также считается способом донесения уникальности продукта культурного туризма, который невозможно получить в ином месте. Туристов все больше привлекают нематериальные факторы, такие, как атмосфера места, его ассоциация с известными людьми, идеями или событиями – иными словами, культура, история и традиции места, а не только его материальные активы (сноска 16).

34. В регионе ЦАРЭС исторически важный Шелковый путь, пролегающий через многие из стран ЦАРЭС, и комбинация материальных и нематериальных активов в виде традиционных ремесел, музыки и исполнительского искусства, имеют потенциал для увеличения туристических потоков. Помимо этого, можно и далее развивать **маршруты, обладающие характеристиками природного и культурного наследия**, привлекающие путешественников, проявляющих общую заинтересованность в этих особенностях стран ЦАРЭС.

2.2.3 Городской Туризм

35. Города также представляют собой одно из величайших туристических направлений в мире. Динамизм, ажиотаж и многообразие городов привлекает все больше туристов по всему миру.¹⁷ По данным Организации Объединенных Наций, население городов в мире быстро увеличилось с 746 миллионов в 1950 году до более чем 4 миллиардов в 2016 году, и на сегодняшний день в городах проживает 54,5% населения мира. Ожидается, что доля городов продолжит расти и достигнет 60% к 2050 году, причем почти все это увеличение будет сконцентрировано в Азии и Африке. С учетом того,

¹⁶ ЮНВТО. 2018. *Синергия туризма и культуры*. Мадрид: Всемирная туристская организация.

¹⁷ ЮНВТО. 2012. *Предисловие к Глобальному отчету о городском туризме*. Всемирная туристская организация. Мадрид.

что количество международных туристских прибытий должно увеличиться до 1,8 миллиардов в год к 2030 году, в количество внутренних путешественников увеличится на миллионы человек, доля прибытий, приходящихся на города, вырастет особенно заметно.¹⁸

36. Рост городского туризма (как правило, коротких отпусков в одном городе длительностью от 1 до 3 дней) в последние десятилетия ускорился за счет более легкого доступа к ним в результате расширения бюджетных авиалиний. Хотя ведущие направления в сфере городского туризма располагаются в странах, являющихся признанными туристическими направлениями, городской туризм – это способ попробовать те страны, которые недостаточно известны на туристическом рынке, а для этих стран – это возможность поработать над своей репутацией как привлекательного и интересного для посещения места.

37. С учетом того, что большинство столиц стран ЦАРЭС обладают широким ассортиментом разнообразных достопримечательностей, городской туризм может внести свой вклад в развитие их туристического сектора. Такие города, как Баку и Тбилиси, уже начали пользоваться выгодами бюджетных авиакомпаний, а такие авиаперевозчики на массовых рынках Индии и КНР начинают расширять географию своих полетов там, где это позволено нормативами. Бывшие столицы, такие, как Алматы (Казахстан) и Самарканд (Узбекистан), и другие исторические города также способны привлечь этот растущий сегмент. В рамках городского туризма существует возможность развития **транзитного туризма** в городах с хорошими воздушными сообщениями, таких, как Алматы и Ташкент, хотя расширение данного типа туризма будет зависеть от мер содействия подобным визитам посредством облегчения и ускорения пограничных формальностей и расширения воздушных сообщений в регионе ЦАРЭС.

2.2.4 Бизнес Туризм

38. Для стран, еще не полностью зарекомендовавших себя как направление для развлекательного туризма, относительная важность визитов для деловых и профессиональных целей может иметь еще большее значение, чем их глобальная доля на уровне 13%. Бизнес-туризм имеет ряд подвидов – торговля, инвестиции, а также индустрия встреч, стимулов, конференций и выставок (MICE). Все эти подвиды бизнес-туризма переживают рост в тех регионах, которые стремятся развивать свою международную торговлю, привлекать инвестиции и обслуживать региональные и международные конференции и выставки, особенно в Азии и Африке. Поскольку важность Центральной Азии как транспортного коридора вновь подтверждается и в 21 веке, бизнес-туризм играет важную роль.

Страны ЦАРЭС могут и далее содействовать внутрирегиональным и зарубежным поездкам за счет расширения деятельности по организации культурных и деловых мероприятий.

¹⁸ Всемирный совет по туризму и путешествиям. 2017. Влияние городских путешествий и туризма 2017. Лондон.

39. Отражая растущую интеграцию стран ЦАРЭС в мировую экономику, все подвиды бизнес-туризма, включая торговлю, инвестиции и индустрию MICE, можно стимулировать как ключевую часть развития туризма в этих странах. Грузия лидирует в этой сфере за счет реализации своей Стратегии развития MICE туризма 2017, в рамках работы Грузинского бюро конференций и выставок.¹⁹

2.2.5 Событийный Туризм

40. Организация событий и мероприятий с разной тематикой остается значительным сектором роста, включая спортивные мероприятия, мероприятия на тему культурного наследия, искусства и музыки, празднование былых достижений или иных событий из истории того или иного места. Подобные мероприятия могут иметь как краткосрочные, так и долгосрочные цели. В краткосрочной перспективе, они генерируют визиты из соседних стран, и, в зависимости от тематики мероприятия, также и из более дальнего зарубежья. В долгосрочной перспективе они помогают в построении репутации места как туристического направления среди тех лиц, которые имели отрицательное мнение об имидже страны, но при этом привлечены тем или иным событием. Это создает возможности для повторных визитов в будущем, и позитивной «молвы» в кругу друзей и контактов посетителя.

41. Помимо событий, связанных с бизнесом, страны ЦАРЭС могут генерировать внутрорегиональные и иностранные посещения за счет усиления работы по организации спортивных, музыкальных, искусствоведческих и прочих мероприятий в области культурного наследия. Недавние события в странах ЦАРЭС служат иллюстрацией этой логики: ЭКСПО 2017 в Астане; Игры кочевников 2018 в Кыргызской Республике, на которые съехались 1 976 участников из 74 стран, а стадион в Чолпон-Ате вместимостью 10 000 человек был полностью заполнен на церемонии открытия;²⁰ Весенняя ярмарка ремесел в марте 2018 года в Душанбе в рамках празднования Года туризма и развития народных промыслов в Таджикистане, где была представлена уникальная продукция умельцев из Афганистана, Таджикистана, и Узбекистана;²¹ и гран-при Формулы 1 в Азербайджане, которое в 2018 году собрало более 90 000 зрителей.²²

¹⁹ ENITED Business Events. 2017. Консалтинговый отчет: Развитие Стратегии MICE Туризма Грузинского Бюро Конвенций и Выставок (ГБКВ). Вена.

²⁰ New York Times International Edition. *Да начнутся Игры кочевников!* 18 сентября 2018 г.

²¹ Ассоциация развития гражданского общества. 2018. *В Душанбе состоялась весенняя ярмарка ремесел.* 13 марта 2018 г.

²² <<https://www.bakucitycircuit.com/>> просмотрено 2.10.2018.

3 Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

42. В этой главе представлен анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT) развития туризма и сотрудничества в регионе ЦАРЭС. SWOT-анализ изложен в Таблице 4.

Таблица 4: Анализ SWOT

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Неповторимая нетронутая природа во всех странах • Степная, горная и пустынная культура • Исторические города и древние империи • Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО неподалеку от аэропортов и городов, в первую очередь связанные с Шелковым путем, и обширное нематериальное культурное наследие • Разнообразие этнических групп и культур, как кочевых, так и оседлых • Качество мест размещения и проживания, и другие туристические объекты в столицах • Политическая добрая воля и поддержка развития туризма со стороны государств • «Новые» направления для посетителей • Репутация ЦАРЭС как нейтрального честного брокера, предоставляющего заслуживающую доверия платформу развития для развития регионального сотрудничества в области туризма • Растущее внимание к туризму в рамках Шелкового пути со стороны СМИ и туристической отрасли 	<ul style="list-style-type: none"> • Ограниченные воздушные сообщения стран ЦАРЭС с остальным миром и друг с другом • Недостаточная внутренняя транспортная инфраструктура и объекты вдоль туристических маршрутов, включая маршруты между странами • Отсутствие стандартизации визовых требований и организации пограничных процедур • Дальние расстояния и время в пути от международных рынков до многих стран ЦАРЭС • Низкая распознаваемость бренда и имиджа, что приводит к ограниченности знаний о странах ЦАРЭС и слабому восприятию их как туристических направлений • Ограниченное развитие продуктов туристического опыта, привлекательных для средних, не специализированных сегментов рынка • Языковые барьеры • Нехватка квалифицированных работников и менеджеров направлений • Ограниченные финансовые ресурсы
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Растущее международное признание Шелкового пути, связывающего между собой все страны ЦАРЭС, и существующая международная поддержка развития маршрутов Шелкового пути для туристических целей (включая предлагаемую серию документальных фильмов ЮНЕСКО, направленных на продвижение богатой культуры и наследия региона) • Расширение международного туризма, особенно быстрорастущих азиатских рынков, и поиск путешественниками нового опыта и неисхоженных направлений • Разработка новых инфраструктурных сообщений (включая в рамках инициативы «Один пояс, один путь») • Непрерывающееся развитие информационных технологий, которые позволяют перспективным путешественникам мгновенно получать детальную информацию о направлениях • Потенциальная роль туризма в достижении Целей устойчивого развития, под которыми подписались все страны ЦАРЭС • Региональные инициативы обучения в области туризма (менеджмент и операционная деятельность) • Донорская поддержка, притоки инвестиций, стимулы для развития туризма 	<ul style="list-style-type: none"> • Климатические изменения • Экологическая деградация • Конкурирующие направления • Экономический спад на основных рынках происхождения туристов • Природные и техногенные катастрофы • Политическая нестабильность • Терроризм и общая преступность

ЦАРЭС = Центральноеазиатское Региональное Экономическое Сотрудничество, ЮНЕСКО = Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры

Источник: Секретариат ЦАРЭС.

4 Использование Преимуществ и Реализация Возможностей

43. Преимущества стран ЦАРЭС как туристических направлений обусловлены их природным и культурным наследием, а также историческими и антропогенными активами, такими, как: (i) потрясающий ассортимент неиспорченных природных ресурсов во всех странах; (ii) широкое многообразие объектов культурного и городского туризма; (iii) объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, прежде всего Шелковый путь; (iv) многообразие этнических групп и культур; (v) качественная инфраструктура размещения и прочая туристическая инфраструктура в столицах стран; и (vi) политическая добрая воля и поддержка развития туризма со стороны государства.

44. Рост и тенденции международного туризма, описанные в Главе 2, как минимум на первый взгляд представляют собой возможности для стран ЦАРЭС развивать устойчивые туристические секторы. Как относительно новое туристическое направление, страны ЦАРЭС могут пользоваться преимуществами этих тенденций и далее апеллировать к уже устоявшейся репутации Шелкового пути, расширяя спектр основанных на нем туристических маршрутов.

45. Для расширения сегментов рынка, которых привлекают страны ЦАРЭС, помимо небольшого сегмента приключенческого туризма, существует возможность диверсифицировать целевые рынки для увеличения объема сегментов, заинтересованных в том, чтобы знакомиться с природным и культурным наследием в ходе отдыха и развлечения (т.е. **образовательное** или **информационное развлечение**). Это потребует разработки соответствующего туристического опыта (параллельно с развитием модернизированных и расширенных объектов и стандартов сервиса) для всех рынков на основании: **принципа сопоставления продуктов и рынков** (см. раздел 6.5).

46. Для того, чтобы с выгодой использовать разнообразные преимущества региона ЦАРЭС в области природного и культурного наследия, их необходимо развивать в соответствии со следующими принципами: (а) соответствие разным сегментам спроса на туристическом рынке (например, внутренний, межрегиональный и международный туризм; развлекательный и не дискреционный туризм, и разные сегменты этих двух категорий); и (в) предоставление максимальных социально-экономических выгод для принимающих стран при минимизации отрицательного социокультурного и экологического воздействия в соответствии с ЦУР.

5 Нивелирование Слабых Сторон и Вызовов

47. Несколько проблем в настоящее время препятствуют развитию туризма и сотрудничеству в регионе ЦАРЭС. Как показано в Таблице 4, они заключаются в следующем: (i) недостаточное воздушное сообщение между странами ЦАРЭС и международными рынками; (ii) неадекватная транспортная инфраструктура – особенно, в отдаленных районах; (iii) все еще сложные визовые режимы во многих странах и обременительные процедуры пересечения границы; (iv) ограниченная привлекательность туристических продуктов стран, привлекающая, в основном, небольшие сегменты рынка; (v) низкое качество туристических стандартов; (vi) нехватка квалифицированных работников; и (vii) слабое продвижение имиджа и привлекательности региона для туристов.

48. Успех любого туристического направления определяется рядом факторов, включая:

- (i) **Привлекательность:** восприятие бренда и имиджа потребителями на целевых рынках и сегментах;
- (ii) **Доступность:** потенциал и качество транспортной инфраструктуры; время в пути, частота и стоимость поездок; въездные требования в виде виз (легкость и стоимость получения); и пограничные формальности;
- (iii) **Туристические продукты:** ассортимент и качество достопримечательностей и способов провести время относительно интересов сегментов рынка;
- (iv) **Стандарты и сервис:** качество туристической инфраструктуры и услуги туристического персонала в соответствии с ожидаемыми международными стандартами; и
- (v) **Личная безопасность:** медицинские учреждения и система охраны правопорядка для предоставления защиты от обычной и прочей преступности.

49. Эти факторы невозможно решать в отрыве друг от друга: они требуют координированного планирования и реализации. При изучении каждого из этих факторов в отношении стран ЦАРЭС, необходимо признать, что туристы являются временным дополнением к постоянному населению тех мест, которые они посещают, и в которых останавливаются. Помимо дополнительных нужд, они имеют множество потребностей, аналогичных жителям мест их назначения. Туристы имеют множество таких же потребностей, как и население места назначения, плюс дополнительные нужды. Планирование и

управление туризмом крайне важно, и зачастую требует активного участия и инвестиций со стороны государственного сектора; при этом непосредственно туристическая деятельность осуществляется наиболее успешно частным сектором. По определению, большую важность имеет тесное сотрудничество между государственным и частным сектором.

5.1 Привлекательность: Восприятие Имиджа и Бренда

50. Важно осознавать, что при выборе туристического направления перспективные посетители не могут «попробовать» те направления, которые они рассматривают. Их оценка и восприятие, которые в итоге определяют их выбор, являются комбинацией того, что они узнали из средств массовой информации (в роли которых все чаще выступают социальные сети) и посредством личных контактов – от турагентов, членов семьи, и друзей. Не вся эта информация является точным отражением того, что может предложить туристическое направление, – она скорее является «восприятием реальности», когда дело доходит до выбора места назначения.

51. Отличным примером сложности этого процесса для стран ЦАРЭС является отчет TripAdvisor о туристических трендах Шелкового пути.²³ На основании обзоров путешественников в отчете, восемь членов ЦАРЭС входят в десятку стран, наиболее часто ассоциируемых с Шелковым путем – Азербайджан, Казахстан, Кыргызская Республика, Монголия, КНР, Таджикистан, Туркменистан, и Узбекистан.²⁴ Однако, кроме КНР, в ближайшие пять лет путешественники не намереваются посетить ни одну из стран ЦАРЭС, входящих в десятку стран Шелкового пути. Это ясно указывает на неверие в то, что страны ЦАРЭС могут предоставить хороший опыт для путешественника, желающего изучить Шелковый путь. Решение этой проблемы должно иметь приоритетное значение.

52. Многие страны бывшего Советского Союза, возникшие в последнее десятилетие 20 века, унаследовали прошлые инвестиции в туризм и культуру, включая городскую и транспортную инфраструктуру в Тбилиси (Грузия) и крупномасштабные проекты реставрации, как Регистан в Самарканде (Узбекистан), а также на настоящий момент устаревшие отели и спа в разных странах. Железные дороги, которые имели большую важность для перемещения царских войск по мере расширения Российской империи на юг, теперь модернизируются для торговли во всех направлениях.

53. Прошлое предоставило этому региону богатые и разнообразные ресурсы. Русский остается важным языком общения для большей части региона. До 20 века в большей части региона языком судов, дипломатии

²³ TripAdvisor. 2016. *Туристические тренды TripAdvisor для Шелкового пути в 2016 году*. Опубликовано программой «Шелковый путь» ЮНВТО.

²⁴ Эти две страны – это Иран и Турция.

и аристократии был фарси. В настоящее время, помимо английского в Пакистане и китайского на востоке, общение на иностранных языках весьма ограничено. Однако возникает новый частный сектор, с более развитыми языковыми навыками, в регионе, уже богатом разнообразием языков и этнических групп. Российское и, в меньшей степени, персидское культурное влияние остается сильным, а Российская Федерация обладает большим рынком выездного туризма для стран, где российские граждане чувствуют себя желанными гостями. Турция также возрождает связи с бывшими османскими и тюркскими народами. Большое население Индии и КНР представляет множество сегментов, с которыми можно работать, однако их изучение с точки зрения ЦАРЭС не ведется.

54. Презентация Грузинской национальной туристической администрации на Региональном семинаре ЦАРЭС по туризму в Ташкенте указала на то, что ключевые вызовы, которые необходимо решить в области определения и предоставления продуманной и адресной маркетинговой и рекламной стратегии и кампаний, это нехватка информации о характеристиках выездных рынков. Без более полной информации о рынках происхождения, сложно обеспечить точное позиционирование и адресность туристических продуктов, хотя именно эти рынки и сегменты представляют наибольший потенциал.²⁵ Данное предварительное исследование поддерживает этот вывод.

Отсутствие информации о характеристиках рынков сбыта снижает эффективность деятельности стран ЦАРЭС по маркетингу и продвижению.

5.2 Доступность: Воздушные и Наземные Сообщения, Пограничные Формальности

55. Здесь необходимо рассмотреть два аспекта: (i) поездки в страны ЦАРЭС и между ними, и (ii) визовые и пограничные процедуры.

5.2.1 Поездки в Страны ЦАРЭС и Между Ними

A. Воздушные Сообщения

56. Предварительное исследование ЦАРЭС в области авиации²⁶ предоставило детальную информацию об авиационном сообщении между странами ЦАРЭС и об авиасетях внутри ЦАРЭС. Ключевые выводы исследования заключаются в следующем:

- (i) Связанность между странами ЦАРЭС является относительно ограниченной по международным и региональным меркам. В настоящее время менее половины всех пар стран в ЦАРЭС связаны прямыми рейсами.

²⁵ Грузинская национальная туристическая администрация. 2018. Презентация на Региональном семинаре ЦАРЭС по туризму – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. Октябрь 2018 г. Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>

²⁶ ЦАРЭС. 2018. *Авиация и роль ЦАРЭС*: Предварительное исследование, параграфы 10–16. Манила.

- (ii) КНР имеет сообщения во всеми десятью остальными странами ЦАРЭС; Казахстан находится на втором месте, и имеет сообщения с восемью странами ЦАРЭС, затем следует Узбекистан (шесть), Азербайджан и Кыргызская Республика (по пять каждая), а шесть остальных стран ЦАРЭС имеют сообщения с четырьмя странами ЦАРЭС или менее.
- (iii) Частота рейсов, как правило, низкая, что усложняет поездки между странами ЦАРЭС, связанными прямыми рейсами. Из 110 пар стран в ЦАРЭС, только 52 имеют сообщения, а 2 имеют рейсы менее семи раз в неделю (то есть рейсы осуществляются не ежедневно).
- (iv) Авиакомпании из стран ЦАРЭС зачастую сталкиваются с трудностями в сохранении международных маршрутов. За последние 5 лет были прекращены рейсы между восемью парами стран ЦАРЭС.
- (v) Страны ЦАРЭС в целом лучше связаны с рынками за пределами ЦАРЭС. В наличии примерно 73,000 пассажиромест в неделю между странами ЦАРЭС, включая примерно 42,000 между КНР и другими странами ЦАРЭС.
- (vi) Совокупная недельная мощность среди десяти стран ЦАРЭС, исключая КНР, приближается к 1 миллиону мест, однако в четырех из этих стран сообщения внутри ЦАРЭС составляют менее 10% от их совокупного количества международных пассажиро-мест.

**Внутрирегиональное
воздушное
сообщение остается
ограниченным в
странах ЦАРЭС.**

57. Предварительное исследование в области авиации не рассматривало авиасообщения с крупными международными рынками происхождения туристов. Изучение графиков, имеющихся на вебсайте Skyscanner, указывает на то, что количество прямых рейсов из Европейских центров и, в некоторых случаях, из Нью-Йорка, КНР и Сингапура, в города ЦАРЭС отличается низкой частотой и ограничивается Баку (Азербайджан), Тбилиси (Грузия), Алматы и Астаной (Казахстан), Ташкентом (Узбекистан) и Карачи и Исламабадом (Пакистан). КНР также имеет прямые рейсы в Улан-Батор (Монголия), китайские автономные регионы Внутренняя Монголия и Синьцзян-Уйгурский автономный район, Ашхабад (Туркменистан), и один раз в неделю в Душанбе (Таджикистан).

58. В то время как самые быстрые перелеты из европейских городов занимают от 3.5 до 5 часов (например, в Тбилиси, а из азиатских центров от 2 до 3 часов (из Пекина в Улан-Батор), стыковочные рейсы в сердце региона ЦАРЭС и такие направления, как Душанбе (Таджикистан), могут занимать от 8 до 10 часов, как из европейских, так и из азиатских центров. Это отрицательный стимул, как для развлекательного, так и для делового туризма.

59. Ограниченные прямые воздушные сообщения представляют собой значительное препятствие для развития (i) внутрирегионального туризма между странами ЦАРЭС; и (ii) международного туризма в страны ЦАРЭС, как индивидуально, так и на мультистрановой основе. Вывод Предварительного исследования в области авиации актуален для роста туризма и регионального сотрудничества в области туризма, в частности:

«Региональный туризм является наиболее многообещающим сегментом, и сопровождается улучшением связанности в ЦАРЭС. Многие туристы, посещающие страны ЦАРЭС, приезжают извне. Страны-участницы ЦАРЭС могли бы привлекать больше посетителей из других стран ЦАРЭС при улучшении воздушных сообщений, снижении налогов и смягчении визовых требований. Странам ЦАРЭС также было бы полезно, если бы больше туристов извне путешествовало по региону с остановками в нескольких странах ЦАРЭС.»

60. Общий вывод Предварительного исследования в области авиации заключается в том, что: «Безопасный, надежный и эффективный сектор авиации может стать ключевым компонентом обеспечения экономического роста. Более открытый авиационный рынок в ЦАРЭС снизит транспортные издержки и время в пути, что приведет к прямой выгоде для государства, частного сектора и потребителей.»

Б. Наземный Транспорт

61. Автомобильные и железнодорожные сообщения между странами ЦАРЭС уже используются в ряде существующих мультистрановых туристических программ. На деле наземные сообщения возможны практически между всеми странами-участницами. Однако существует признание того факта, что существующие системы, особенно на наиболее привлекательных для туристов маршрутах, требуют модернизации, как в отношении качества дорог и автобусов, так и в отношении предоставления придорожных услуг. Аренда автомобилей для самостоятельного трансграничного туризма является потенциальным сегментом роста, однако без смягчения пограничных формальностей на наземных границах и без сервисных зон вдоль популярных маршрутов этот потенциал реализован не будет.

62. Эти недостатки отмечаются в ряде рассмотренных документов по политике туризма и планированию. Инвестиции в модернизированные железнодорожные сообщения в странах ЦАРЭС осуществляются при поддержке международных доноров. Однако приоритетное внимание при этом уделяется грузоперевозкам.

5.2.2 Визы и Процедуры Пограничного Контроля

А. Визовые Требования

63. Все страны-участницы ЦАРЭС применяют свои собственные системы визовых и пограничных формальностей для иностранных посетителей. Визовые требования варьируются, как между разными странами ЦАРЭС, так и между странами происхождения посетителей. Многие страны ЦАРЭС в последнее время значительно упростили требования въезда для иностранных посетителей и посетителей из других стран ЦАРЭС. К самым свежим примерам можно отнести введение Узбекистаном 30-дневного безвизового режима

для граждан 45 стран (начиная с 1 февраля 2019 года) и планы Пакистана по смягчению визовых ограничений для посетителей из 55 стран.

64. **Визовые требования для посетителей из других стран ЦАРЭС.** В странах, в которых предусмотрен безвизовый режим, под него попадают, как правило, посетители из бывших советских стран. В четырех странах ЦАРЭС все посетители из других стран ЦАРЭС должны получать визы (Афганистан, Пакистан, КНР и Туркменистан). Существующая система визового въезда между странами ЦАРЭС предоставлена в обобщенном виде в Таблице 5.

65. **Визовые требования на международном рынке.** Так как визовые режимы меняются, и временами не ясны, анализ основных рынков происхождения туристов позволяет сделать вывод о том, что ситуация сложная. Анализ основан на выборочном списке стран из разных регионов мира: ЕС (например, Германия – ГЕР), Северная Америка (например, США), Центральная и Южная Америка (например, Бразилия – БРА), Африка (например, Южная Африка – ЮАР), Ближний Восток (например, ОАЭ), Юго-Восточная Азия (например, Сингапур – СИН), Северо-Восточная Азия (например, Япония – ЯПО), и Океания (например, Австралия – АВС). Сводная таблица ниже (Таблица 6) предоставлена для иллюстрации и основывается только на выбранных странах.

66. Там, где визы можно получить онлайн (электронные визы), путешественники сталкиваются с минимальными проблемами, но когда требуется посещение посольства или консульства, это может стать значительным сдерживающим фактором, как и плата за выдачу визы, которая

Сложные визовые процедуры и въездные требования сдерживают развитие туризма в регионе.

Таблица 5: Визовые Формальности Между Странами ЦАРЭС

Поездка из \ Поездка в	АФГ	АЗЕ	КНР	ГРУ	КАЗ	КГЗ	МОН	ПАК	ТАД	ТКМ	УЗБ
АФГ		С	С	С	С	С	С	С	С	С	С
АЗЕ	С		А/В	В	В	В	В	В	В	В	В
КНР	С	С		С	С	С	С	С	С	С	С
ГРУ	В	В	В		В	В	В	В	В	В	В
КАЗ	С	В	С	В		В	В	С	В	С	В
КГЗ	В	В	В	В	В		В	В	В	В	В
МОН	С	С	С	С	В	В		С	С	С	С
ПАК	С	С	С	С	С	С	С		С	С	С
ТАД	В	В	В	В	В	В	А/В	В		А/В	В
ТКМ	С	С	С	С	С	С	С	С	С		С
УЗБ	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	

А = виза по прибытию; В = возможность получения электронной визы; С = необходимо получить визу до поездки, F = без визы. Все результаты относятся к владельцам обычных паспортов. АФГ = Афганистан, АЗЕ = Азербайджан, ГРУ = Грузия, КАЗ = Казахстан, КГЗ = Кыргызская Республика, КНР = Китайская Народная Республика, МОН = Монголия, ПАК = Пакистан, ТАД = Таджикистан, ТКМ = Туркменистан, УЗБ = Узбекистан, ЦАРЭС = Центральноазиатское Региональное Экономическое Сотрудничество.

Источник: Passport Index. 2018. *Сравнение паспортов*. <http://www.passportindex.org> (просмотрено 23 ноября 2018 г.).

Таблица 6: Визовые Требования в Отношении Международных Рынков в Странах ЦАРЭС

Поездка из \ Поездка в	ГЕР	США	БРА	ЮАР	ОАЭ	ЯПО	СИН	ИНД	АВС
АФГ	С	С	С	С	С	С	С	С	С
АЗЕ	В	В	В	В	А/В	А/В	А/В	В	В
КНР	С	С	С	С	Ф	Ф	Ф	С	С
ГРУ	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф	В	Ф
КАЗ	Ф	Ф	Ф	С	Ф	Ф	Ф	С	Ф
КГЗ	Ф	Ф	А/В	А/В	Ф	Ф	Ф	В	Ф
МОН	Ф	Ф	Ф	С	С	Ф	Ф	С	С
ПАК	С	С	С	С	С	С	С	С	С
ТАД	А/В	А/В	А/В	А/В	А/В	А/В	А/В	В	А/В
ТКМ	С	С	С	С	С	С	С	С	С
УЗБ	В	В	В	В	В	Ф	Ф	В	В

А = виза по прибытию; В = возможность получения электронной визы; С = необходимо получать визу до поездки, F = без визы. Все результаты относятся к владельцам обычных паспортов. АВС = Австралия, АФГ = Афганистан, АЗЕ = Азербайджан, БРА = Бразилия, ГЕР = Германия, ГРУ = Грузия, ИНД = Индия, КАЗ = Казахстан, КГЗ = Кыргызская Республика, КНР = Китайская Народная Республика, МОН = Монголия, ОАЭ – Объединенные Арабские Эмираты, ПАК = Пакистан, СИН = Сингапур, ТАД = Таджикистан, ТКМ = Туркменистан, УЗБ = Узбекистан, ЦАРЭС = Центральноазиатское Региональное Экономическое Сотрудничество, ЮАР = Южная Африка.

Источник: Passport Index. 2018. *Сравнение паспортов*. <http://www.passportindex.org> (просмотрено 23 ноября 2018 г.).

варьируется очень широко. Тем не менее, для иностранных путешественников, планирующих посетить более одной страны, только если все посещаемые страны не предоставляют безвизовый режим, или же виза может быть получена по прибытии, необходимость получения необходимых разрешений на въезд вызывает лишь уныние. В то время как ситуация жителей стран ЦАРЭС, желающих осуществить поездку более чем в одну страну в ЦАРЭС, проще, отмечаются трудности, связанные с поездками в Афганистан, Пакистан, КНР, и Туркменистан.

67. Исследования ЮНВТО в области визовой открытости поддерживают принцип визовой обоюдности между членами региональных блоков. Они содержат вывод о том, что польза от смягчения визового режима не ограничивается членами экономических и региональных блоков, а влияет также и на отношения с не членами. Как таковое, смягчение визового режима может стать катализатором для разработки и совершенствования стратегической политики, максимизирующей его позитивное влияние, причем не только для населения этих блоков, но и провоцируя улучшение визовой политики для посетителей.²⁷

²⁷ ЮНВТО. 2016. *Отчет о визовой открытости 2015*. Мадрид: Всемирная туристская организация.

68. Отчет о визовой открытости ЮНВТО 2017 демонстрирует, что регионы с наибольшей визовой обоюдностью – это Шенгенская зона ЕС, Экономическое сообщество государств Западной Африки, Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и страны Совета по сотрудничеству арабских государств Персидского залива. Ни одна из указанных стран ЦАРЭС не входит в список наиболее открытых направлений в мире в 2018 году.²⁸

69. **Предлагаемая виза Шелкового Пути.** Крупной новой инициативой, предложенной на саммите глав государств Центральной Азии в марте 2018 года, и разрабатываемой под руководством правительств Казахстана и Узбекистана, стало предложение о создании визы Шелкового пути, основанной на модели Шенгенского визового соглашения в ЕС. Виза Шелкового пути позволила бы посетить все страны, расположенные вдоль Шелкового пути, по единой туристической визе. Заявленные преимущества подобной комбинированной визы заключаются в следующем: (i) сокращение времени выдачи визы до 10-14 дней, что будет содействовать посещению нескольких стран; (ii) ясные и стандартные процедуры получения визы; (iii) улучшение безопасности путешественников за счет предоставления туристам с визой Шелкового пути специального статуса; (iv) содействие организации туристических групп; и (v) поддержка развития новых внутрирегиональных маршрутов с участием двух и более стран.²⁹

Б. Пограничные Формальности

70. Система пограничного контроля во многих аэропортах, и почти на всех сухопутных пунктах пересечения границы, зачастую подразумевает длинные очереди и время обработки, которые не соответствуют международным стандартам и ожиданиям иностранных путешественников. Опять же, эта проблема признается в документах по планированию политики туризма стран ЦАРЭС, причем уже определены шаги по исправлению данной ситуации, включая модернизацию (или новое целевое строительство) объектов и инфраструктуры для иммиграционного и таможенного контроля, повышение использования электронных технологий, и отдельные очереди для посетителей внутри ЦАРЭС и иностранных путешественников.

71. С учетом всех аспектов въезда в страны ЦАРЭС, рекомендации Предварительного исследования в области авиации полностью поддерживаются: (i) ЦАРЭС необходимо рассмотреть возможность внедрения единой безвизовой политики для облегчения поездок между странами-участницами; и (ii) странам ЦАРЭС необходимо работать совместно над сокращением времени обработки на пунктах иммиграционного и таможенного контроля, особенно в отношении посетителей из других стран ЦАРЭС. Однако эти улучшения должны относиться также и к посетителям с международных рынков, с тем, чтобы опыт въезда и отъезда из стран ЦАРЭС не отличался разительно от процедур других стран, стремящихся привлечь туристов из-за пределов региона ЦАРЭС.

²⁸ ЮНВТО. 2018. *Отчет о визовой открытости 2018*. Мадрид: Всемирная туристская организация.

²⁹ Информация о введении визового режима «Шелковый путь» предоставлена Секретариату ЦАРЭС Казахстаном.

5.3 Туристические Продукты

72. Изучение первых трех страниц результатов поиска в Google³⁰ на предмет туров в разные страны ЦАРЭС показывает, что существующий ассортимент туров, предлагаемых из европейских стран в страны ЦАРЭС, представляет собой комбинацию следующих вариантов: (i) туры вдоль отрезков Шелкового пути; (ii) природные туры – в основном жесткий приключенческий туризм (треккинг и зимние виды спорта); (iii) комбинация туров для посещения объектов культурного и природного наследия; и (iv) городские туры. Туроператоры также организуют визиты бизнес-туристов в страны ЦАРЭС.

73. Поиск в Google показывает, что в настоящее время в Европе предлагаются туристические программы во все страны ЦАРЭС, даже те, для которых необходимы особые требования к обеспечению безопасности, такие, как тур «Афганский первооткрыватель», предлагаемый Wild Frontiers Travel, Responsible Travel и Afghan Logistics Tours. Следующие примеры (см. Таблицу 7) приблизительно указывают на ассортимент и типы имеющихся туров, и актуальные только для европейским рынка происхождения туристов. Стоит признать, что интересы и требования азиатских туристов – в основном из Японии, Республики Корея, и КНР – а также туристов из Российской Федерации, во многих аспектах отличаются от интересов и требований туристов из Европы и прочих международных рынков, а потому для полного понимания потенциала этих рынков и способов его реализации потребуется провести схожий анализ.

Таблица 7: Мультистрановые Туристические Программы из Европы в Страны ЦАРЭС

Шелковый путь и прочие исторические туры			
Туроператор	Наименование тура	Страны	Кол-во дней
Responsible Travel	Маршрут Шелкового пути из Турции в Монголию	- АЗЕ, ГРУ, КГЗ, МОН, КНР, ТКМ, и УЗБ	120 дней
Kalpak Travel	Тур по Шелковому пути в Центральной Азии	- КАЗ, КГЗ, ТАД и УЗБ	15 дней
Mircorp	Разные туры	- КАЗ, КГЗ, ТАД, ТКМ и УЗБ	14–16 дней
Advantour	Туры по Шелковому пути	- Синьцзян-Уйгурский АР (КНР), КАЗ и КГЗ	12 дней
		- Синьцзян-Уйгурский АР (КНР), и КАЗ	10 дней
		- КГЗ, Синьцзян-Уйгурский АР (КНР) и УЗБ	12–19 дней
		- КАЗ, Синьцзян-Уйгурский АР (КНР), ТАД, ТКМ, и УЗБ	19 дней

Продолжение на следующей странице

³⁰ It should be noted that Google search can introduce bias based on the reviewer's location and interests.

Таблица 7 продолжение

Central Asia Adventures	Дорога Марко Поло	- КГЗ, Синьцзян-Уйгурский АР (КНР) и ТАД	24 дня
Travel and Culture	Тур Каракорум	- Синьцзян-Уйгурский АР (КНР) и ПАК	14 дней
Travel and Culture	Тур по Шелковому пути в Пакистане и Китае	- ПАК и КНР	Разная длительность туров
Native Eye	Исследователь Шелкового пути	- ТАД и ТКМ	16 дней
Regent Holidays	Тур по империям Шелкового пути	- ТКМ и УЗБ	15 дней
Silk Road Explore	Великий Шелковый путь	- Сиань (КНР), Синьцзян-Уйгурский АР (КНР), Тегеран (Иран), КГЗ, ТКМ и УЗБ	35 дней
Приключенческие туры			
Туроператор	Наименование тура	Страны	Кол-во дней
Wild Frontiers Travel	Приключенческий тур Вахан-Памир	- АфГ и ТАД (может быть продлен до УЗБ)	20 дней
Hinterland Travel	Узбекистан и лазуритовые шахты в Афганистане	- УЗБ и АфГ, с возможностью продления в ПАК (если позволяет ситуация с безопасностью)	15–16 дней
Kalpak Travel	Мультиактивный тур (пешком, на горном велосипеде, верхом)	- КАЗ и КГЗ	15 дней
Native Eye Travel	Тур Исследователь Алтая	- КАЗ, МОН и Россия	25 дней
Central Asia Adventures	Пик Музтаг Ата, Экспедиция в Кун Лун	- КГЗ и Синьцзян-Уйгурский АР (КНР)	25 дней
KE Adventure Travel	Горный трекинг Фэннских гор	- ТАД и УЗБ	15 дней
Intrepid Travel	Сухопутные маршруты	- Иран, ТКМ и УЗБ	29 дней
Комбинированные исторические, культурные и природные туры			
Туроператор	Наименование тура	Страны	Кол-во дней
Advantour, Evaneos	Лучшее в Центральной Азии	- КАЗ, КГЗ, ТАД, ТКМ и УЗБ	8–27 дней
Amicus	Чудеса Азии	- КНР и МОН	13–15 дней
Advantour	Групповые туры по Шелковому пути	- Синьцзян-Уйгурский АР (КНР), КГЗ и УЗБ	9–14 дней
Intrepid Travel	Полный тур Пакистан – Китай	- ПАК и КНР	32 дня
KE Adventure Travel	Горы и красоты Центральной Азии	- Две или более страны – КГЗ, ТАД, ТКМ и УЗБ	15 дней
Событийные туры			
Туроператор	Наименование тура	Страны	Кол-во дней
Central Asia Travel	Празднование восточного нового года – Навруз	- ТКМ и УЗБ	10 дней
Городские туры			

Мультистрановые городские туры не предлагаются. Короткие городские туры с одним направлением предлагаются в Баку (АЗЕ) и Астане и Алматы (КАЗ).

АфГ = Афганистан, АЗЕ = Азербайджан, ГРУ = Грузия, КАЗ = Казахстан, КГЗ = Кыргызская Республика, МОН = Монголия, ПАК = Пакистан, КНР = Китайская Народная Республика, ТАД = Таджикистан, ТКМ = Туркменистан, УЗБ = Узбекистан., ЦАРЭС = Центральноазиатское Региональное Экономическое Сотрудничество.

Источник: вебсайты туроператоров.

74. Этот частичный список указывает на то, что уже существует значительный ассортимент мультистрановых туров, которые связывают между собой крупные туристические достопримечательности стран ЦАРЭС. Как минимум, это указывает на: (i) заинтересованность и приверженность частного сектора развитию и продвижению туристических программ с участием нескольких стран ЦАРЭС; и (ii) рыночную привлекательность региона ЦАРЭС, хотя бы для самых отчаянных путешественников.

75. Роль туроператоров очень важна. Они могут выступать в роли пионеров при открытии для туризма неисхоженных направлений для соответствующей категории путешественников. Одним из примером является компания Advantour, которая имеет политику:

- (i) тесного сотрудничества с семейными гостиницами, гостевыми домами и «национальными домами» (где местные жители предоставляют путешественникам питание в собственных домах);
- (ii) выявления неисхоженных направлений и сообществ, в которых поток туристов может улучшить экономическую ситуацию для многих домохозяйств; и
- (iii) (инвестиций в долгосрочное развитие неисхоженных направлений путем предоставления информации на вебсайте оператора.³¹

76. Одним из ключевых вызовов, стоящих перед странами ЦАРЭС, является расширение привлекательности своего туристического продукта. Пирамида туристического интереса и спроса, представленная на рисунке, иллюстрирует зависимость между **уровнем заинтересованности** туриста в том или ином виде туризма по специальным интересам (например, природный туризм, хотя те же принципы применимы и к большинству видов туризма по специальным интересам) и **уровнем рыночного спроса**. Чем выше приверженность теме со стороны туриста (желание увидеть и испытать характеристики объекта интереса во всех деталях), тем меньше размер рынка. На крайних позициях находится небольшая группа людей с глубокой заинтересованностью в теме, в то время как на противоположном конце спектра располагает массовый рынок, имеющий лишь очень небольшую заинтересованность в туризме по специальным интересам, или не имеющий интереса вовсе.

77. Как показано на примерах в Таблице 7 выше, существующий диапазон предлагаемых туров в страны ЦАРЭС предназначен для двух крупных сегментов рынка: (i) лица с глубоким интересом и приверженностью жесткому приключенческому туризму, и (ii) лица, интересующиеся Шелковым путем и связанными с ними историческими и культурными объектами.

Одна из ключевых задач, стоящих перед странами ЦАРЭС, заключается в повышении привлекательности предлагаемых ими туристических продуктов.

³¹ Advantour. *Оператор Шелкового пути*. Презентация на Региональном семинаре ЦАРЭС – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. Октябрь 2018 г. Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>



Для привлечения туристов по всему региону необходимо повышение стандартов – как в отношении туристических объектов, так и в отношении услуг.

78. Сегмент жесткого приключенческого туризма расположен в верхней части Пирамиды туристического спроса, приведенной на рисунке. Эти туристы готовы к интенсивным физическим нагрузкам для достижения своей цели, и согласны на элементарные туристические объекты и уровень комфорта. Количество подобных туристов относительно невелико – как показано на рисунке. Энтузиасты Шелкового пути расположены и в верхней части Модели туристического спроса, и, все больше, в центральной ее части, где они ожидают, что аспекты Шелкового пути будут представлены им в виде комбинации фактической информации и развлечений. Количество подобных путешественников достаточно велико, и они ожидают туристических объектов и сервиса хорошего качества.

79. И действительно, вывод опроса TripAdvisor в разделе 5.1 о том, что ни одна из стран ЦАРЭС не входит в первую десятку стран Шелкового пути, которые путешественники намереваются посетить в следующие 5 лет, указывает на то, что они не считают, что предоставляемый опыт достаточно интересен для посещения (сноска 23). Это, конечно, может быть в большей степени связано с их негативным восприятием стран ЦАРЭС как туристических направлений, чем с предлагаемыми продуктами и опытом.

80. Следовательно, вызов для стран ЦАРЭС заключается в реализации потенциала в центральной части пирамиды посредством (i) улучшения продуктов; (ii) создания позитивного восприятия и построение имиджа, и (iii) повышения доступности и качества объектов и сервиса. Однако этих целей необходимо достигать без отрицательного воздействия на экологическое и культурное наследие объектов, привлекающих посетителей.

5.4 Стандарты и Сервис: Развитие Человеческого Потенциала и Сертификация Объектов

81. Для привлечения посетителей из центральной части спроса (т.е. тех, кто проявляет общую заинтересованность в достопримечательностях направления, но желает получить опыт на основании информированной и развлекательной интерпретации этих черт), необходима модернизация стандартов по региону ЦАРЭС, как в отношении туристических объектов (т.е. объектов размещения, туристической деятельности), так и услуг.

82. Каждый из девяти документов по планированию политики туризма, предоставленный в Секретариат ЦАРЭС, признает необходимость инвестиций в образование и обучение для сектора туризма, и большинство из них также указывают на необходимость соответствия международным стандартам в отношении предоставляемых объектов (см. Приложение 1, содержащее обобщение приоритетов, стратегий и целевых показателей стран ЦАРЭС в области туризма). Однако лишь в небольшом числе случаев страны намереваются работать друг с другом для создания общих стандартов сервиса и сертификационных систем, направленных на предоставление чувства уверенности международной туристической отрасли как таковой и перспективным туристам, в частности.

5.5 Безопасность: Медицинские и Спасательные Услуги, и Охрана Правопорядка

83. По мере роста туризма растет и потребность в объектах, предназначенных не только для удовлетворения их спроса, но и для решения потенциальных сложностей, связанных со здоровьем и благосостоянием туристов. Обеспечение медицинской инфраструктуры достаточного масштаба и качества также является обязательным условием. Похоже, в столицах стран ЦАРЭС особых проблем с медицинскими объектами не наблюдается. Однако поездки в другие регионы, особенно в сельскую местность и горы, с учетом наземного транспорта, треккинга, альпинизма и т.д., создают повышенный риск и необходимость эффективных спасательных и медицинских служб для оказания помощи при несчастных случаях, болезни и схожих экстренных ситуациях. Опять же, эти потребности признаются во многих документах по политике и стратегическому планированию в области туризма в странах ЦАРЭС.

84. Второй аспект в отношении безопасности посетителей касается общей и иной преступности в их отношении. В то время как все подобные возможности предусмотреть попросту невозможно, необходимо иметь горячую линию, полицейские патрули и службу быстрого реагирования

для борьбы с преступностью в основных туристических центрах. Опять же, этот вопрос признается в ряде стран ЦАРЭС, и соответствующие действия включены в их планы действий (например, Кыргызская Республика планирует создать пилотный проект Курортной полиции).³²

5.6 Институциональные Рамки для Туризма

85. С учетом важности прозрачной, комплексной и целостной политики, стратегий и планов для сектора туризма, необходимо изучить роль институциональных органов, ответственных за туризм в странах ЦАРЭС, прежде чем рассматривать разнообразные факторы, приведенные выше. Институциональные рамки по планированию, разработке и надзору за функционированием туристического сектора требуют эффективного руководства в государственном секторе и тесной координации с частным бизнесом. В то же время, привлечение туристов в страну требует инвестиций в маркетинг и рекламу, направленных на наиболее многообещающие рынки и сегменты происхождения туристов. Следовательно, существуют две функции: (i) политика, планирование, регулирование, и общее управление, и (ii) маркетинг и продвижение.

86. Во всех странах ЦАРЭС туризм является функцией в системе государственного управления, которая осуществляется по-разному: отдельное агентство (Азербайджан), национальная туристическая администрация (Грузия) или корпорация по развитию (Пакистан), или комбинация с другими функциями, такими как информация и культура (Афганистан, Кыргызская Республика), экология (Монголия), культура и спорт (Казахстан), иностранные дела (Туркменистан), образование, здравоохранение, физическая культура и спорт (Узбекистан). В некоторых странах созданы отдельные государственные комитеты по туризму для работы в области развития и маркетинга (например, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан). В КНР туристические ведомства провинций подчиняются Министерству культуры и туризма.³³

87. В Казахстане, новая государственная компания Казах Туризм отвечает за разработку туристических продуктов и координацию мер по созданию благоприятной для туризма среды, включая институциональные изменения и региональные цели в области реконструкции популярных курортных зон и автомобильных дорог. Она призвана решать такие вопросы, как визовый и миграционный режим, нехватка квалифицированного персонала и создание конкурентоспособных туристических товаров и услуг. Акцент будет сделан на «мягкой» инфраструктуре, где финансовые требования ограничены, но возможен быстрый возврат инвестиций. Это подразумевает более широкое использование средств массовой информации, включая телевидение,

³² Правительство Кыргызской Республики. 2016. *Программа развития туризма в Кыргызской Республике до 2020 г.* Действия в рамках Задачи 9. Бишкек.

³³ 19 марта 2018 года КНР объявила, что Министерство культуры и Китайская национальная туристическая администрация были объединены в рамках Министерства культуры и туризма.

интернет и социальные сети, в целях формирования международного туристического имиджа страны – бренда нового направления.³⁴

88. Несмотря на то, что это государственная компания, ей требуется больше навыков, систем, четко очерченных институциональных инструментов, таких, как права и объем деятельности, регулятивные полномочия в секторе, делегирование полномочий представлять государство в отношениях с частным сектором в концессиях или прочих механизмах государственно-частного партнерства, адекватное финансирование, инструменты управления и достаточные инструменты политики для оказания поддержки государственным органам и частному сектору в их инвестиционных требованиях.³⁵

89. При создании институциональных механизмов планирования, развития и управления туризмом, крайне важно, чтобы государственный и частный сектор работали в унисон. Существуют разные модели применения подобного объединительного подхода. Они рассматриваются в отчете АБР за 2016 год *Стратегические направления инициативы коридора Алматы-Бишкек*,³⁶ который содержит вывод о том, что подход Таиланда (см. Приложение 3) предлагает значительные выгоды для двух стран – Казахстана и Кыргызской Республики, где центральные административные организации обеих стран выполняют и функцию политики, планирования, регулирования, и управления, и маркетинга и продвижения. Отчет приходит к выводу о том, что разделение функций и предоставление частному сектору роли в определении и реализации стратегии маркетинга и продвижения поможет организациям работать более эффективно и действенно (сноска 36).

90. Можно сказать, что в странах с очень ограниченным числом официальных лиц, обладающих сильными навыками в области туризма, ресурсы целесообразно централизовать в рамках одной организации. В настоящее время институциональные структуры в большинстве стран ЦАРЭС комбинируют две функции в одной организации, однако в будущем это может мешать их эффективности в области развития туризма, соответствующего потребностям и ожиданиям рынка, и в привлечении туристов, для которых туристический продукт страны может быть наиболее привлекательным.

При создании институциональных механизмов планирования, развития и управления туризмом необходимо, чтобы государственный и частный секторы работали в унисон.

³⁴ Eurasian Press Agency. 2018. Казахстан стремится развивать туризм. <http://eurasiatx.com/kazakhstan-seeks-ways-bolster-tourism/>. 15 января 2018 г.

³⁵ АБР ЦАРЭС. 2018. Предложение о совместном развитии туризма в рамках ЭКАБ. Манила.

³⁶ АБР ЦАРЭС. 2016. Стратегические направления инициативы коридора Алматы-Бишкек. Манила. Приложение 9: *Хорошая практика управления в секторе туризма в Великобритании, Японии, Таиланде и Корее.*

6 Определение Возможностей для Регионального Сотрудничества в Области Туризма

6.1 Национальная Политика, Стратегия и Планы Действий

91. Документы по планированию политики и стратегии были подготовлены и направлены в Секретариат ЦАРЭС девятью членами ЦАРЭС (см. Приложение 1). На момент написания данного Предварительного исследования Афганистан и Туркменистан не предоставили официальные документы по политике и планированию туризма. Стоит отметить, что в настоящее время Туркменистан находится в процессе подготовки национальной программы развития туризма. Помимо политики, стратегии и планов национального уровня, существуют разные инициативы стран-участниц ЦАРЭС, работающих с программой Шелковый путь ЮНВТО.³⁷

Стратегии и планы действий в сфере туризма стран ЦАРЭС признают необходимость мобилизации дополнительных ресурсов, включая внешнюю финансовую и техническую помощь.

92. Эти официальные документы указывают на то, что страны признают свои недостатки в ключевой области предоставления необходимых условий для работы туристического сектора для генерации максимальной экономической выгоды, и стремятся к решению этих проблем путем реализации широкого спектра действий, описанных в их политиках и стратегических планах. Все эти документы определяют действия, направленные на решение потребностей этих стран в отношении (i) маркетинга и продвижения – развития бренда и имиджа, (ii) предоставления транспортной и объектовой инфраструктуры, (iii) воздушных сообщений со странами ЦАРЭС и между ними, (iv) упрощения и ускорения визового и пограничного контроля, (v) развития туристических продуктов, (vi) улучшения операционных и сервисных стандартов до международного уровня, и (vii) безопасности посетителей.

93. Практически во всех случаях существует признание того факта, что программы или мероприятия, направленные на реализацию разных определенных действий, потребуют внешней финансовой или технической помощи, что указывает на возможную роль для ЦАРЭС и других агентств, предоставляющих техническую и финансовую помощь.

³⁷ ЮНВТО. 2016. План действий по Шелковому пути 2016/2017. Мадрид: Всемирная туристская организация.

6.2 Существующее туристическое сотрудничество в регионе ЦАРЭС и лучшая практика других регионов

94. В то время как отдельные страны ЦАРЭС обладают прекрасными ресурсами для развития значительного туристического сектора, их потенциал можно существенно увеличить за счет облегчения доступа и предоставления посетителям возможности совместить поездку в две страны или более. Важно признать, что сотрудничество в области туризма в странах ЦАРЭС уже существует – как правило, между подгруппами стран или с соседними странами. Инициативы Шелкового пути (и версия 21 века КНР, и программа Шелковый путь ЮНВТО), а также инициативы визы Шелкового пути (параграф 69) оказывают важное сближающее влияние на те страны ЦАРЭС, через которые пролегают отдельные маршруты, как показывает Международный форум стран-участниц Шелкового пути, проведенный в Казахстане в сентябре 2018 г.

95. Помимо этого, уже осуществляется ряд прочих трансграничных инициатив, связанных с туризмом, или же они планируются в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Примеры включают в себя следующее:

- (i) Соглашение о безвизовых поездках между Таджикистаном и Узбекистаном (март 2018) и подписание туристическими операторами двух стран меморандума о сотрудничестве по совместному продвижению трансграничного маршрута вдоль Великого шелкового пути.
- (ii) Двусторонние соглашения между Правительством Таджикистана и шестью странами ЦАРЭС, и разработка схожего соглашения с Грузией. Цели данных соглашений включают: «расширение туристического обмена между странами для получения опыта в отношении жизни, истории и культуры народов. Эти соглашения создают основу для сотрудничества между уполномоченными государственными органами в области туризма и туристическими операторами для увеличения потока туристов, и продвигают совместные туристические маршруты и бренды за счет проведения международных конференций, форумов, семинаров, выставок и ярмарок, а также рекламы и публикаций в средствах массовой информации».³⁸
- (iii) Программа взаимного сотрудничества на 2018–2019 гг., охватывающая ряд экономических секторов, включая туризм, между правительствами

³⁸ Азиза Ибрагимова, *Комитет по развитию туризма при правительстве Таджикистана*. Выступление на Региональном семинаре ЦАРЭС – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. Октябрь 2018 г. Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>

Хотя между странами ЦАРЭС регулярно проводятся переговоры на высоком уровне по расширению сотрудничества в сфере туризма, их потенциал может быть значительно увеличен, если доступ будет упрощен, и посетители смогут объединять свои поездки в две или несколько стран.

Казахстана, Кыргызской Республики, Таджикистана, Туркменистана и Узбекистана.³⁹

- (iv) Сотрудничество вдоль Чайного пути между Монголией и КНР (и Российской Федерацией).⁴⁰
- (v) Соглашения о сотрудничестве в области туризма между Монголией и 12 странами, включая членов ЦАРЭС (Казахстан, Кыргызская Республика, и КНР); (сноска 41).
- (vi) 55 двусторонних международных документов Казахстана в секторе туризма, включая 13 документов со странами-участницами ЦАРЭС (Азербайджан, Кыргызская Республика, Монголия, Пакистан, КНР, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан).⁴¹
- (vii) Соглашения Азербайджана в области туризма с семью странами ЦАРЭС (Грузия, Казахстан, Кыргызская Республика, Пакистан, КНР, Таджикистан и Туркменистан).⁴²

96. В то же время, между соседними странами ЦАРЭС регулярно проходят переговоры на высоком уровне для обсуждения вопросов усиления сотрудничества в области туризма в отношении таких факторов, как визовые формальности и прямые авиарейсы. Также, как отмечено в разделе 5.3, на рынке существует ряд туристических программ, которые включают комбинацию от двух до восьми стран ЦАРЭС, в основном в рамках Шелкового пути. Они предназначены для специфических туристических сегментов, и спрос на них все еще невысок.

97. Основной существующей инициативой регионального туристического сотрудничества в регионе ЦАРЭС является программа Экономический коридор Алматы-Бишкек (ЭКАБ) между Казахстаном и Кыргызской Республикой. Казахстан и Кыргызская Республика подписали протокол в рамках подкомитета по ЭКАБ в июне 2018 года в отношении приоритетных областей для туризма и городского развития. В рамках протокола было согласовано:

- (i) решить проблему существующего и растущего разрыва в навыках как ограничения для развития высококачественного туристического сектора в обеих странах;

³⁹ RFE/RL (2017) *Пять государств Центральной Азии подписали программу о сотрудничестве на встрече в Узбекистане*. Доступно по ссылке: <https://www.rferl.org/a/central-asia-cooperation-program-samarkand/28847217.html>

⁴⁰ Презентация Монголии на Региональном семинаре ЦАРЭС – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. *Октябрь 2018 г.* Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>

⁴¹ Правительство Казахстана, Национальная торговая палата, Казах Туризм. *Туризм в Республике Казахстан* Презентация на Региональном семинаре ЦАРЭС – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. *Октябрь 2018 г.* Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>

⁴² Презентация Азербайджана на Региональном семинаре ЦАРЭС – содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030, Ташкент, Узбекистан. *Октябрь 2018 г.* Доступно по ссылке: <https://www.carecprogram.org/?event=regional-tourism-workshop-oct-2018>

- (ii) придавать важность координированным подходам к развитию и управлению совместными туристическими направлениями для последующего международного продвижения и совместного брендинга для обеспечения узнаваемости;
- (iii) использовать техническую помощь АБР для разработки генерального плана Центрального Тянь-Шаньского горного кластера с обеих сторон коридора ЭКАБ;
- (iv) использовать техническую помощь АБР для институционального развития и наращивания потенциала соответствующих туристических ведомств в обеих странах; и
- (v) поддержка развития медицинского туризма как часть деятельности в рамках ЭКАБ.

98. **Лучшая практика в области регионального туристического сотрудничества.** Программа субрегиона Большого Меконга (СБМ)⁴³ обладает более чем десятилетним опытом в области развития и продвижения субрегиона Меконга в качестве единого направления с многообразными, качественными и высокодоходными региональными продуктами, которые обеспечивают широкое распределение выгод от туризма.⁴⁴ Как таковой, СБМ предлагает руководящие принципы и примеры лучшей практики в области сотрудничества нескольких стран в сфере содействия, развития, эксплуатации и маркетинга туристических секторов членов.

99. Стратегические рамки туристического сотрудничества СБМ имеют пять основных стратегических направлений, которые подразделяются на 21 подпрограмму (см. Приложение 2). Этими пятью стратегическими направлениями являются: (i) развитие человеческих ресурсов; (ii) модернизация туристической инфраструктуры; (iii) улучшение туристического опыта и сервиса; (iv) креативный маркетинг и продвижение; и (v) содействие региональным поездкам. Помимо этого, Координационное туристическое бюро Меконга определило пять областей, которые информируют и направляют подходы региона к стратегиям развития туризма и интеграции. Они включают:

- (i) развитие туристической стратегии при руководящей роли государственного и частного сектора;
- (ii) удовлетворение ожиданий посетителей в отношении продуктов, опыта, сервиса и инфраструктуры;
- (iii) создание культуры сотрудничества, участия и вовлеченности для создания ценности для всех заинтересованных сторон;

В продвижении регионального подхода к развитию туризма ЦАРЭС может поучиться на опыте других региональных программ – таких как Субрегион Большого Меконга.

⁴³ В субрегион Большого Меконга входит Камбоджа, Лаосская Народная Демократическая Республика, Мьянма, Провинция Юньнань и Гуанси-Чжуанский автономный район Китайской Народной Республики, Таиланд и Вьетнам.

⁴⁴ Туристическое координационное бюро Меконга. 2017. *Стратегия развития туристического сектора субрегиона Большого Меконга 2016–2025*. Бангкок.

- (iv) использование цифровых технологий для коммуникации с отраслью и демонстрации лидирующей позиции в отрасли; и
- (v) построение отношений с партнерами по развитию, а также национальными и глобальными отраслевыми ассоциациями.⁴⁵

100. Каждый из этих уроков и стратегических направлений имеет непосредственное отношение к будущему подходу региона ЦАРЭС к развитию туристических секторов стран-участниц и интеграции их стратегий в целях реализации возможностей, предлагаемых их преимуществами туристических ресурсов.

6.3 Потенциальные Кластеры и Партнерство в Региональном Туризме

101. При рассмотрении механики того, как достичь усиления сотрудничества и интеграции в области туризма в дружелюбном по отношению к туристу и логистически практичном ключе, и с учетом вероятных реалий в отношении длительности пребывания посетителей в регионе в рамках одной поездки, существует возможность для развития подгрупп (межстрановых) в рамках более широкого региона ЦАРЭС. Можно определить следующие региональные кластеры и партнерства на основании географической близости друг к другу и/или существующих региональных или тематических туристических программ:

В регионе ЦАРЭС могут развиваться подгруппы для прагматичного продвижения региональных туристических инициатив.

6.3.1 Субрегиональное Партнерство на Основании Географической Близости и Общих Географических Черт

- (i) **Кавказ:** Азербайджан и Грузия;
- (ii) **Каспийское море:** Азербайджан, западный Казахстан и Туркменистан;
- (iii) **Экономический коридор Алматы-Бишкек:** юго-восточный Казахстан и Кыргызская Республика;
- (iv) **Центральные государства:** юго-восточный Казахстан, Кыргызская Республика, Таджикистан и Узбекистан;
- (v) **Восточный субрегион:** Монголия и автономные районы КНР;
- (vi) **Гималаи:** Афганистан и Пакистан;
- (vii) **Алтайский регион:** Казахстан, Монголия, и Синьцзян-Уйгурский автономный район;
- (viii) **Памирский хребет:** Афганистан, Кыргызская Республика, и Таджикистан;

⁴⁵ Mekong Tourism. 2018. *Региональная стратегия туризма Меконга и инициативы*. Презентация на Региональном семинаре ЦАРЭС, Ташкент, Узбекистан, октябрь 2018 г.

- (ix) **Реки и моря:** Амударья и Сырдарья (более известные под их классическими наименованиями Оксус и Ясартес), Инд, Каспийское и Аральское море; и
- (x) **Пустынный туризм:** Гоби (северная КНР и Монголия), Каракум (Туркменистан), Кызылкум (Казахстан и Узбекистан), Такла-Макан (Синьцзян-Уйгурский автономный район, одна из крупнейших пустынь в мире) и субтропический Тар (Пакистан).

6.3.2 Субрегиональные Тематические Партнерства

- (i) **Горный трекинг и альпинизм:** Афганистан и Пакистан; Кыргызская Республика и Таджикистан; Таджикистан и Узбекистан; Казахстан и Кыргызская Республика;
- (ii) **Культурное наследие:** все страны имеют общие аспекты наследия со своими соседями; Объекты ЮНЕСКО предоставляют непосредственную возможность для трансграничных визитов;
- (iii) **Горы, культурные и исторические аспекты:** Афганистан, Пакистан, Таджикистан и Кыргызская Республика (Вахан Памир), плюс Узбекистан (лазуритовые шахты), экотуризм и дикая природа, кочевые культуры;
- (iv) **Религии:** Буддизм, ислам и исламская архитектура, христианство на востоке и западе;
- (v) **Исторические личности:** Александр Македонский, Ханьский император Ву, Чингисхан, Тимур Великий, Бабур, исследователи региона, такие, как Чжан Чен, Ибн Баттута и многие другие;
- (vi) **Ремесленные товары:** шелк, соль, чай, народные промыслы;
- (vii) **Большая игра тогда и сейчас:** Британия, имперская Россия, постсоветское наследие и меняющаяся картина сегодняшнего дня;
- (viii) **Шелковые пути.**

102. Очевидно, что прошлое, настоящее и планируемое развитие туристического потенциала исторических маршрутов Шелкового пути из КНР через Азию на пути на Ближний Восток, в Европу и Африку, представляют собой большую возможность для совместной работы для стран, расположенных вдоль разных маршрутов. Существует ряд возможных инициатив сотрудничества с участием нескольких стран ЦАРЭС, а именно Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР, Афганистана, Казахстана, Кыргызской Республики, Пакистана, Таджикистана, Туркменистана, и Узбекистана. Ситуация в отношении китайской Инициативы «Один пояс, один путь» постоянно меняется, и в этой инициативе в той или иной степени участвуют все страны ЦАРЭС.

103. Существует множество Шелковых путей. Один проходит через юго-восточный Казахстан (Алматы), Кыргызскую Республику (Бишкек), юго-восточный Узбекистан (Самарканд) и Таджикистан (Душанбе). Северный

маршрут соединяет Синьцзян-Уйгурский автономный регион с юго-восточным Казахстаном, и затем разделяется на (i) южный Узбекистан, Афганистан и далее Туркменистан, и (ii) восточный Узбекистан и далее через пустыню Каракум до соединения с другим маршрутом в Туркменистане. Южный маршрут пересекает горы Каракорум на пути в северный Пакистан, Афганистан, и сливается с северным маршрутом в Туркменистане, а затем ведет в Иран. Юго-западный маршрут проходит через Мьянму и Бангладеш.

104. Изначальное наименование – «Один пояс, один путь» (пояс проходит по земле, а путь – по морю), ныне – «Инициатива один пояс, один путь», является предпочитаемым термином на английском языке, который более точно отражает тот факт, что в разработке находится множество путей. Общая рамочная структура состоит из разных проектов развития инфраструктуры и повышения связанности Африки, Азии и Европы. При своем первом объявлении как «Один пояс – один путь» в 2013 году, инициатива в основном концентрировалась на Центральной Азии и странах Ассоциации государств Юго-Восточной Азии. Затем инициатива приобрела две межконтинентальных траектории – морскую и наземную, с сообщениями в виде сети портовой, железнодорожной, автомобильной и трубопроводной инфраструктуры с использованием шести коридоров. Три коридора проходят через регион ЦАРЭС: Новый евразийский сухопутный мост; Экономический коридор КНР-Монголия-Россия, и Экономический коридор КНР-Пакистан.

105. ЮНВТО отметила, что предлагаемое инфраструктурное развитие со временем окажет значительное влияние на географию туризма, масштабы отрасли и предлагаемые туристические продукты. Улучшение транспортных сообщений и новые маршруты сделают ранее неизвестные направления более доступными для международных туристов.⁴⁶ Культурный обмен является один из пяти приоритетов сотрудничества в рамках инициативы «Один пояс-один путь». По словам генерального секретаря базирующейся в Пекине Всемирной федерации туристических городов, КНР за следующие пять лет отправит в города и страны Пояса и Пути 150 миллионов посетителей. КНР также ожидает привлечь 85 миллионов посещений со стороны туристов из этих стран.⁴⁷ Помимо этого, опубликована стратегия Пояса и Пути в области спортивного туризма.⁴⁸

⁴⁶ ЮНВТО. 2018. *Морской Шелковый путь 21 века: возможности и влияние на туризм*. Мадрид: Всемирная туристская организация.

⁴⁷ Ян Ф., 2017. «Новый договор о развитии туризма в рамках инициативы «Один пояс – один путь», в *China Daily* (электронная версия) доступно по адресу: <http://www.chinadaily.com.cn> (21–10–2017).

⁴⁸ Генеральная администрация спорта Китая. 2017. Уведомление Национальной туристической администрации Государственной генеральной администрации спорта о Публикации и распространении «Плана действий по развитию спортивного туризма.» Пекин.

6.4 Ассортимент Возможностей для Регионального Сотрудничества в Области Туризма

106. Для преодоления недостатков, описанных в Главе 4, между странами ЦАРЭС существуют возможности сотрудничества в целях обеспечения постоянства и гармонизации в таких вопросах, как: (i) визы и прочие въездные требования (например, предложение в отношении визы Шелкового Пути); (ii) авиационные права; (iii) стандарты и сертификация туристических объектов; (iv) образование и обучение туристического персонала, учебная программа и квалификации; (v) условия для иностранных инвестиций; и (vi) развитие бренда и имиджа регионального и субрегионального бренда и имиджа..

107. Региональное решение этих возможностей непосредственно упоминается только в официальном документе Узбекистана,⁴⁹ хотя и другие страны (например, Таджикистан) упоминают развитие международного сотрудничества как руководящий принцип. Сведения в средствах массовой информации указывают на то, что региональное туристическое сотрудничество является предметом многих двусторонних и региональных консультаций высокого уровня между официальными представителями стран ЦАРЭС, которые состоялись за последний год, или велись на момент подготовки данного отчета.

6.4.1 Визы и Требования к Въезду в Страну

108. В то время как конечной целью является упразднение визовых требований для поездок в страны ЦАРЭС и между ними, возможность получать визы по прибытию или электронные визы онлайн была бы хорошо воспринята международными путешественниками, и сделала бы регион более привлекательным для туристов. Страны ЦАРЭС могли бы работать друг с другом над разработкой въездных требований, являющихся: (i) общими для всех стран ЦАРЭС; и (ii) не требующими подачи личного или электронного заявления до поездки. На стойках иммиграционного контроля в аэропортах можно ввести отдельные очереди для граждан стран ЦАРЭС и международных туристов. Опять же, общий формат знаков и объявлений с общими формулировками был бы полезен для прибывающих путешественников.

6.4.2 Авиационные Права

109. Полностью принимаются выводы Предварительного исследования в области авиации:

Страны ЦАРЭС могут работать друг с другом для установления общих и дружественных для туристов требований в отношении въезда и выезда.

⁴⁹ Правительство Узбекистана. 2016. Концепция развития туристической отрасли Узбекистана на среднесрочный период 2017–2021. Ташкент.

- (i) Более открытый авиационный рынок в ЦАРЭС снизит транспортные издержки и время в пути, что приведет к прямой выгоде для государства, частного сектора и потребителей;
- (ii) Поэтапный подход к либерализации рынка авиации привлечет инвестиции в инфраструктуру и возможности для поставщиков авиационных услуг, включая авиалинии, наземные службы, службы питания, технического обслуживания и обработки грузов, не искажая при этом существующий рынок;
- (iii) Поэтапный переход к более открытой модели авиационного сектора должен изначально концентрироваться на таких инвестиционных возможностях внутри региона ЦАРЭС и на регулятивной гармонизации;
- (iv) ЦАРЭС необходимо также содействовать инвестициям в критические недостающие инфраструктурные связи в секторе авиации, включая аэропортовые объекты и оборудование, как в международных центрах, так и во второстепенных городах. Подобные инвестиции будут более эффективными при раннем участии потенциальных партнеров по финансированию и стимулированию участия частного сектора посредством структур государственно-частного партнерства.

6.4.3 Стандарты и Сертификация Туристических Объектов

110. Страны ЦАРЭС признают необходимость модернизации своих туристических объектов и деятельности, однако, вместо того, чтобы бороться с этой проблемой индивидуально, им было бы выгодно работать с другими странами ЦАРЭС для разработки общих стандартов и общей схемы сертификации, признанной на международном уровне. Это повысит степень уверенности на рынке и внесет вклад в восприятие региона ЦАРЭС как сильного направления, как для путешественников из стран ЦАРЭС, так и для международных туристов. Стандарт АСЕАН в отношении туризма на уровне сообществ, охватывающий полный спектр туристической деятельности и услуг, является надежной моделью для изучения и заимствования странами ЦАРЭС.⁵⁰

6.4.4 Туристическое Образование и Обучение

111. По мере того увеличения роли туризма в экономике стран ЦАРЭС, будет расти и необходимость планировать и управлять работой сектора с полным осознанием условий на международном рынке и уровней и типов туризма, которые могут обеспечить природные и культурные ресурсы отдельных стран без отрицательных последствий. Потребуется достаточное предложение квалифицированных специалистов по планированию и менеджеров туризма.

112. Эти официальные лица и менеджеры могут получить первичное образование можно в сотрудничестве с зарубежными институтами, но

⁵⁰ АСЕАН. 2016. *Стандарт туризма на уровне сообществ АСЕАН*. Джакарта.

и местные университеты могут сыграть важную роль. Открытие курсов туризма в Международном университете «Шелковый путь» в Самарканде (Узбекистан) в 2018–2019 учебном году вызывает особое воодушевление. Около 125 студентов изучают туризм через дизайн, маркетинг, сервисные технологии, логистику, профессиональное образование, отельный бизнес, бизнес в области общественного питания и управления мероприятиями⁵¹ Правительство Казахстана также планирует открыть университет туризма и гостеприимства в Астане (ссылка 41).

113. Туристический персонал, находящийся в операционном контакте с туристами, имеет три категории навыков: технические, лингвистические и социальные. Технические и лингвистические навыки можно преподавать с использованием общей учебной программы на основании международных систем, с присвоением квалификации и сертификацией для тех, кто достигает необходимого уровня, чтобы обеспечить высокое качество услуг и убедить туристов в том, что сервис в странах ЦАРЭС находится на уровне международных норм. Социальные навыки можно частично преподавать, но студентам также необходимо предоставить достаточную свободу для выражения собственного характера, что обеспечит не полностью однородное предоставление услуг во всех странах. Программы обучения можно создавать в каждой из стран с использованием одинаковых учебных программ и квалификационных требований, или же организовывать на субрегиональной основе с совместным обучением студентов из двух или более стран.

6.4.5 Условия Иностранных Инвестиций

114. В развитии такого экономического сектора, как туризм, необходим баланс между национальными и региональными интересами стран ЦАРЭС. В то время как каждая страна имеет свои собственные цели и условия для иностранных инвестиций в секторе туризма и связанной инфраструктуре, присутствует и более широкая выгода для всего региона при наличии общей структуры, которую потенциальные инвесторы могут учитывать при изучении инвестиционных возможностей. Это вовсе не означает, что все страны ЦАРЭС должны иметь одинаковые правила и условия для иностранных инвестиций, а скорее подразумевает наличие структуры стандартов, которая поможет инвесторам серьезно подойти к рассмотрению возможностей в регионе ЦАРЭС, а не в других регионах мира.

6.4.6 Развитие Бренда и Имиджа

115. Наиболее фундаментальной потребностью стран ЦАРЭС в отношении международного рынка является построение восприятия того, что эти страны, как совместно, так и по отдельности, отличаются следующими характеристиками: (i) широкий спектр вариантов отличного туристического

Достаточное количество квалифицированных чиновников и менеджеров по планированию туризма является ключом к тому, чтобы не отставать от возрастающей роли туризма в экономике стран ЦАРЭС.

⁵¹ Узбекское национальное новостное агентство. *Международный университет туризма «Шелковый путь» готов к экзаменам.* 24 июля 2018 г. Ташкент.

опыта с высококачественными объектами и стандартами, (ii) страны легко доступны для приезда, перемещения внутри страны и между странами, и (iii) страны обеспечивают безопасность.

116. Необходимость развития комплексного и убедительного туристического имиджа региона ЦАРЭС как такового является конечной долгосрочной целью, но в краткосрочной и среднесрочной перспективе наиболее выгоден фокус на создании сильного имиджа и брендов субрегионального партнерства между странами с общими ресурсами и потенциалом для привлечения туристов в рамках мультистрановых туров.

117. Также стоит учитывать, что географический размах региона ЦАРЭС весьма велик, и основные международные рынки серьезно варьируются, причем европейские туристы более склонны посещать страны Кавказа, а азиатские туристы выбирают направления в восточной части региона. Количество туристов, обладающих временем и ресурсами для посещения региона целиком, вероятнее всего, очень невелико, но это не означает, что коллективное развитие имиджа можно игнорировать, а, следовательно, стоит отметить ценность существующего профиля Шелкового пути (сноска 23).

118. Там, где отмечается наличие общих ресурсов для развития туризма, некоторые из которых уже предлагаются в рамках туристических пакетов, рассчитанных на посещение нескольких стран, а также общих социальных, экономических и политических факторов, наряду с воздушными и прочими транспортными сообщениями, как правило, с соседними странами, существует и возможность проведения совместных маркетинговых и рекламных кампаний для продвижения ряда субрегиональных брендов. Данный подход является наиболее прямым, и, вероятно, самым быстрым для достижения позитивного имиджа, направленного на предпочтения целевого рынка каждого из субрегионов, и для достижения измеримых результатов.

119. Конечно же, необходимо провести исследование основных целевых рынков, для подтверждения текущих восприятий и тестирования возможных будущих маркетинговых концепций (как для региона ЦАРЭС в целом как возможного туристического бренда, так и для субрегиональных брендов между странами). Без подобных исследований коллективный маркетинг будет отличаться высокой степенью риска, а вероятную доходность будет трудно оценить точно.

120. Общее Туристическое маркетинговое бюро ЦАРЭС может помочь обеспечить некоторую степень согласованности и сопоставимости, изначально между кампаниями разных субрегионов, и с конечной целью создать имидж всего региона ЦАРЭС на рынке как группы стран с отличным ассортиментом ресурсов природного и культурного наследия, которые нельзя найти больше нигде в мире, и с соответствующим уровнем сервиса под стать.

121. Страны ЦАРЭС имеют возможность согласовать и координировать свои региональные (и национальные) туристические маркетинговые стратегии

Страны
ЦАРЭС имеют
возможность
согласовывать
свои стратегии
продвижения
туризма и
предпринимать
коллективные
маркетинговые
действия
под брендом
Шелкового пути.

с брендом Шелкового пути. Растущий позитивный имидж Шелкового пути, как показывает анализ TripAdvisor (сноска 23), может помочь странам ЦАРЭС повысить свой статус ключевых направлений по разным ответвлениям Шелкового Пути. Однако, как отмечает исследование TripAdvisor, для того, чтобы исправить преобладающее впечатление респондентов исследования о том, что страны ЦАРЭС в настоящее время не входят в число основных направлений для посещения на Шелковом пути, потребуются серьезные усилия.

6.5 Развитие Туристических Продуктов: Важность Знания Рынка и Маркетинговых Исследований

122. Реализация тех типов возможностей регионального сотрудничества, которые определены в предыдущих главах отчета, не возымеет значительного воздействия на туристические потоки, если страны ЦАРЭС не будут иметь ассортимента туристических продуктов, привлекательных для ключевых международных и региональных сегментов туристического рынка: **принцип поиска соответствия продукт-рынок** (т.е. предлагаемые туристические продукты должны соответствовать спросу на рынке).

123. Все документы по политике и стратегическому планированию стран ЦАРЭС концентрируются на необходимости:

- (i) расширить и модернизировать спектр своей туристической продукции для расширения привлекательности страны для других сегментов рынка;
- (ii) создать кластеры туристических продуктов, связанных со специфическими темами в целях разработки пакета достопримечательностей и видов деятельности достаточного масштаба и качества для оказания влияния на положительное решение о посещении направления;
- (iii) распространять социально-экономические выгоды от развития туризма за счет сосредоточения стран на своих регионах; и
- (iv) создать круглогодичные туристические достопримечательности с тем, чтобы спрос на туризм не зависел от широких сезонных колебаний.

124. Детальная информация о намерениях по разработке туристической продукции девяти стран ЦАРЭС, по которым официальные документы по политике, стратегии и планированию были предоставлены в Секретариат ЦАРЭС, представлена в обобщенном виде в Таблице 8. Они указывают на очень амбициозные намерения. Однако для превращения этих целей в реализованную обширную программу прибыльных туристических продуктов потребуются значительная государственная поддержка в области предоставления инфраструктуры, инвестиционных стимулов, маркетинга и продвижения.

Таблица 8: Приоритеты, Цели, Стратегии и Целевые Показатели Стран ЦАРЭС в Области Туризма

Страна	Планы разработки продуктов
Азербайджан	<ul style="list-style-type: none"> • Город Баку и путешествия по стране. • Здравоохранение, зимний, культурный, бизнес, экотуризм, горный, спорт, охота, пляжный и сельский.
Грузия	<ul style="list-style-type: none"> • Экотуризм, природный туризм, горные лыжи, альпинизм, горные велосипеды, водные виды спорта (на черноморском побережье), и другие формы приключенческих и природных развлечений и отдыха. • Бизнес туризм – встречи, стимулы, конференции и выставки.
Казахстан	<p>Создание кластеров туристических продуктов по всей стране, с 6 центрами:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Астана – сердце Евразии; • Алматы – свободная культурная зона Казахстана; • Жемчужина Алтая с центром в Усть-Каменогорске на севере и в восточном Казахстане; • Возрождение Великого Шелкового пути, включая центральные и восточные части Кызылординской области, юго-восточные и северо-восточные части Южно-Казахстанской области и юго-западная часть Жамбылской области; • Каспийские врата, с центром в городе Актау, включая всю Мангистаускую область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской области; • Единство природы и кочевая культура, с центром в курортной зоне Щучинск-Бурабай, включая Акмолинскую и Карагандинскую область, и западные части Северно-Казахстанской и Павлодарской области.
Кыргызская Республика	<ul style="list-style-type: none"> • Кластеры лыжного спорта, круглогодичных курортов и отдыха, культурное и образовательное развитие вдоль Шелкового пути, бизнес туризм, международные мероприятия – этнические игры, искусство, соревнования, выставки, и спорт.
Монголия	<ul style="list-style-type: none"> • Новый аэропорт в туристической свободной зоне. • Пункты временной остановки и сервиса рядом с основными туристическими маршрутами. • Разработка программ развития туризма, создание специализированных туристических комплексов, и развитие брендовой продукции и услуг в провинциях, их реклама за рубежом и в стране.
Пакистан	<ul style="list-style-type: none"> • Планирование туристической продукции на уровне провинций. • Культурные объекты, спортивные и культурные шоу; приключенческий туризм, экотуризм и природный туризм; религиозный туризм; пакистанцы, проживающие за рубежом.
КНР – Автономный район Внутренняя Монголия	<ul style="list-style-type: none"> • Круглогодичный туризм по всей территории. • Развлечения и отдых, снег, природа, красная революция, пограничный и трансграничный, обучение через действия, промышленный туризм.
КНР – Синьцзян-Уйгурский автономный район	<ul style="list-style-type: none"> • Урумчи как туристический центр Экономического пояса Шелкового пути (ЭПШП). • Этническая культура в южном Синьцзяне, туристический пояс всемирного наследия вдоль коридора в горах Тянь-Шаня.

продолжение на следующей странице

Таблица 8 продолжение

Страна	Планы разработки продуктов
Таджикистан	<ul style="list-style-type: none"> Новые туристические продукты и маршруты, с акцентом на 2018 – Год развития туризма и народных ремесел.
Узбекистан	<ul style="list-style-type: none"> Модернизация и диверсификация туристических продуктов и услуг, нацеленных на разные сегменты туристического рынка, включая паломничество, когнитивный, экологический, этнографический, гастрономический, спортивный, терапевтический, сельскохозяйственный, индустриальный, коммерческий.

Источник: на основании обобщения официальных политик и стратегических планов, Приложение 1.

125. Для того, чтобы выбрать наиболее подходящие, приоритетные продукты для разработки, важно глубоко понимать рыночный потенциал каждого из вариантов. Это потребует глубоких познаний рынка, с тем, чтобы выбирались не только продукты с наивысшим потенциалом, но и наиболее эффективные способы коммуникации с сегментами рынка, на которых можно рассчитывать на привлекательность такой продукции.

126. Отмечается, что многие официальные стратегические планы развития туризма концентрируются на улучшении способности государства собирать и анализировать статистику и проводить исследования рынка. Сбор и анализ информации о существующих посетителях и аналитические данные из исследований таких агентств, как ЮНВТО, помогут странам ЦАРЭС определить наиболее перспективные сегменты рынка, типы опыта, которыми они хотели бы заняться, и их отношение, мотивацию и поведенческие тенденции. Совместные инвестиции и совместное использование результатов рыночных опросов среди подгрупп или всех стран ЦАРЭС представляют очевидную возможность для регионального сотрудничества. Подобная информация позволит разрабатывать, стимулировать и поддерживать оба соответствующих типа туристической продукции, и разрабатывать рекламные кампании, адресованные наиболее перспективным рынкам и сегментам.

127. Выбор продуктов для приоритезации должен соответствовать рынкам и сегментам с наивысшим потенциалом. Для того, чтобы начать этот процесс, и до того, как детальные выводы на основании рыночной, статистической и исследовательской информации станут регулярно доступными, ключевые характеристики можно определять из исследовательских программ других стран, которые соответствуют планируемому расширению и улучшению продуктов и услуг странами ЦАРЭС. Эти разработки приведут к увеличению возможностей, как в отдельных странах, так и в ряде стран, для комбинированных маршрутов природного и культурного туризма, нацеленного на центральные сегменты модели туристического спроса, приведенной на рисунке.

128. К примеру, основные сегменты, для которых подобные туры могут быть привлекательными, определены в исследовании, проведенном Ирландскими туристическими органами в отношении европейского и североамериканского

Совместное инвестирование и распространение результатов рыночных исследований среди стран ЦАРЭС является явной возможностью для регионального сотрудничества.

рынка как «культурно любопытные». Профиль данного сегмента доступен на вебсайте Failte Ireland (Ирландский совет по туризму). Вкратце, «культурно любопытными» считаются⁵² следующие лица:

- (i) независимые «активные любители достопримечательностей», желающие посетить новые места и расширить свой опыт за счет изучения ландшафтов, истории и культуры (включая местную кухню) вдали от своей обычной рутины и культуры;
- (ii) возрастная группа – 40 плюс, зачастую путешествуют в паре или в одиночестве;
- (iii) заинтересованы во всем, что может предложить место; их привлекают аутентичные приключения; и
- (iv) желают перемещаться комфортно и расслабленно, в том числе пешком.

Страны ЦАРЭС осознают важность установления и поддержания регулярного диалога между государственными чиновниками и представителями частного сектора для развития сотрудничества в сфере туризма.

6.6 Региональный Семинар ЦАРЭС По Туризму: Результаты Опроса

129. Региональный консультационный семинар состоялся в октябре 2018 года в Ташкенте, Узбекистан. Участники семинара отметили важность продолжения и усиления туристического сотрудничества в рамках ЦАРЭС посредством создания экспертной группы, состоящей из представителей государственных органов, ответственных за развитие туризма, и частного сектора.

130. Среди участников семинара был распространен вопросник, направленный на определение потенциальных областей и видов деятельности, которые можно было поддержать путем технической помощи со стороны АБР и других партнеров ЦАРЭС по развитию (см. Приложение 4). В число предложений, набравших наибольшее число рекомендаций со стороны участников семинара, входят: (i) подготовка списка перспективных инвестиционных проектов (как в области твердой, так и мягкой инфраструктуры); (ii) развитие стандартизированных навыков и уровней обучения для обеспечения целостного, предсказуемого и высококачественного предоставления туристических услуг в регионе ЦАРЭС; (iii) улучшение сбора данных и стандартизация туристической статистики в сотрудничестве с ЮНВТО; (iv) проведение маркетинговых исследований с особым акцентом на соседние регионы (КНР, Российская Федерация, Индия и Европа) и межрегиональный туризм; (v) подготовка туристической стратегии ЦАРЭС (по аналогии с моделью СБМ); (vi) разработка виртуального туристического портала ЦАРЭС для консолидации и распространения информации; (vii) оценка статуса и уровня визовой гармонизации в регионе

⁵² Failte Ireland. Национальное управление по развитию туризма. *Глобальный инструментарий по сегментации*. Дублин. <http://www.failteireland.ie/>

ЦАРЭС; (viii) определение партнерств и источников финансирования, и предоставление поддержки существующим межстрановым маршрутам в координации с другими партнерами по развитию и региональными инициативами; и (ix) развитие туристической инфраструктуры.

131. Другие предлагаемые области включают продвижение устойчивого туризма и туризма на уровне сообществ, особенно в удаленной и сельской местности; поддержку пилотных проектов вдоль ЭКАБ; наращивание потенциала связанных с туризмом агентств, в том числе на областном уровне; и организацию конференций и инвестиционных форумов для усиления координации и сотрудничества между государственным и частным сектором.

7 Региональное Туристическое Сотрудничество в ЦАРЭС: Рекомендации

132. В Таблице 9 изложены предлагаемые рекомендации по вопросам проводимой политики, составленные на основании анализа, проведенного в предыдущих разделах предварительного исследования. Они разделены на шесть широких категорий, связанных с развитием регионального туризма: (i) доступность и инфраструктура; (ii) туристические продукты и опыт; (iii) туристические навыки и услуги; (iv) маркетинг и продвижение; (v) финансирование и прочая поддержка; и (vi) организация и институты.

Таблица 9: Краткое Изложение Рекомендаций

Категория	Рекомендация
Доступность/ инфраструктура	<ul style="list-style-type: none">• Упрощение общих процедур для того, чтобы сделать визовые процессы более единообразными и дружелюбными по отношению к туристам.• Реализация рекомендаций Предварительного исследования ЦАРЭС в секторе авиации для повышения и улучшения воздушных сообщений стран ЦАРЭС и между ними.• Модернизация наземной транспортной инфраструктуры на трансграничных маршрутах, используемых туроператорами.
Туристические продукты и опыт	<ul style="list-style-type: none">• Дальнейшее использование импульса международной поддержки в области развития туристических маршрутов Шелкового пути.• Разработка соответствующего туристического опыта (параллельно с развитием модернизированных и расширенных объектов и стандартов сервиса) для всех рынков на основании принципа сопоставления продуктов и рынков.• Создание и реализация схем сертификации разных типов туристических объектов во всех странах ЦАРЭС.
Туристические навыки и услуги	<ul style="list-style-type: none">• Разработка образовательных и учебных курсов в области туризма, как на национальной, так и на субрегиональной основе, с общей учебной программой и квалификацией.• Работа с Университетом туризма «Шелковый путь» ЮНВТО (Самарканд) и прочими институтами для разработки специализированных тренингов и продвижения туристического партнерства между университетами.
Маркетинг и продвижение	<ul style="list-style-type: none">• Создание виртуальной вспомогательной базы данных ЦАРЭС по туризму для усиления деятельности по сбору туристической статистики и обмена рыночными знаниями.• Создание имиджа направлений и брендинга на субрегиональной основе в рамках общего маркетинга региона в разрезе Шелкового пути.• Укрепление сотрудничества с Программой «Шелковый путь» ЮНВТО и ЮНЕСКО (включая маркетинговые исследования в отношении объектов ЮНЕСКО и объектов природного и культурного наследия для разработки имиджа и брендинга направлений).

продолжение на следующей странице

Таблица 9 продолжение

Категория	Рекомендация
Финансирование и прочая поддержка	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка стандартной региональной инвестиционной структуры для иностранных инвесторов. • Определение механизмов финансовой поддержки для ускорения улучшений в доступе, для разработки продуктов и маркетинга ЦАРЭС и ее субрегионов, включая суверенное кредитование, техническую помощь и не суверенное кредитование.
Организация и институты	<ul style="list-style-type: none"> • Создание экспертной группы ЦАРЭС по туризму для продвижения работы и сотрудничества в области туризма и улучшения координации и сотрудничества между государственным и частным сектором. • Развитие субрегионального партнерства стран, желающих работать над совместными задачами (например, разработка продуктов, трансграничный туризм и маркетинг). • Разработка более детальной среднесрочной Стратегии ЦАРЭС в области туризма с описанием видения и дорожной карты до 2030 г.

ЦАРЭС = Центральноеазиатское Региональное Экономическое Сотрудничество, ЮНЕСКО = Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры, ЮНВТО = Всемирная туристская организация.

Источник: Секретариат ЦАРЭС.

133. В рамках отработки данных рекомендаций может быть предоставлена техническая помощь (ТП) со стороны АБР и других партнеров ЦАРЭС по развитию. Специфика технической помощи должна определяться посредством консультаций с экспертной группой ЦАРЭС по туризму. Потенциальные мероприятия, предложенные странами-участницами на региональном семинаре по туризму, являются хорошей отправной точкой для продолжения этой работы (см. раздел 6.6 и Приложение 4).

134. Региональные инициативы можно реализовать в партнерстве с широким спектром международных и двусторонних донорских организаций, таких, как ЮНВТО, ЮНЕСКО, Постоянный комитет по экономическому и коммерческому сотрудничеству Организации исламского сотрудничества, Фонд развития Шелкового пути, ЕС и прочие кредитующие организации и доноры. Примеры подобного сотрудничества могут включать: (i) построение синергии и поддержка недавно открытого проекта ЮНЕСКО/ЕС по Коридорам наследия Шелкового пути в Афганистане, Центральной Азии и Иране; (ii) содействие туризму на основании культурного и природного наследия в странах ЦАРЭС через наращивание потенциала и рекламную деятельность, включая использование опыта ЮНЕСКО и ЮНВТО в области работы с журналистами и туристической отраслью; (iii) проведение исследований в отношении объектов ЮНЕСКО и объектов природного и культурного наследия для создания имиджа и брендинга направления, в том числе на субрегиональной основе; и (iv) проведение маркетинговых исследований в партнерстве с такими организациями, как TripAdvisor (аффилированный член ЮНВТО).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Обобщение Приоритетов, Стратегий и Целевых Показателей Членов ЦАРЭС в Области Туризма

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Азербайджан	<p>Стратегическая дорожная карта по развитию туристической отрасли:</p> <ul style="list-style-type: none"> Упрощение и ускорение визового контроля и процедур пересечения границы. Содействие воздушным сообщениям с основными рынками происхождения туристов. Развитие туристической инфраструктуры. Организация соответствующих маркетинговых и рекламных кампаний. Разработка разнообразного и устойчивого набора туристических продуктов. Актуализация информации о туристических областях и услугах. Инвестиции в образовательные программы туристического сектора. 	<p>Стратегические целевые показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> Значительное увеличение иностранного туризма в городе Баку. Создание необходимой среды для развития туризма по всей стране. Развитие региональных типов туризма. Создание широкого спектра туристических продуктов – здравоохранение, зимний, культурный, бизнес, экотуризм, горный, спорт, охота, пляжный и сельский. Создание национальной системы качества в туризме для повышения уровня удовлетворенности туризмом. Заострить маркетинг на пяти основных рынках происхождения туристов: внутреннем, соседних странах, Ближнем Востоке, членах СНГ, массовых рынках, таких, как США, КНР, ЕС. 	<p>К 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Повысить долю в реальном ВВП страны до 465 миллионов манатов (274,1 миллионов долларов)^а Увеличить число рабочих мест на 35 000, из которых 25 000 в сфере туризма. Повысить количество ночей в гостиницах, проведенных иностранными гражданами, с 0,8 миллионов до не менее чем 3,65 миллионов в период с 2015 по 2020 год. Повысить длительность пребывания с 2 до 3 дней. Привлечь более 180 000 туристов в места вдоль Великого Шелкового пути и других культурных туристических маршрутов. Инвестировать 350 миллионов манатов (206,3 миллиона долларов) в год со стороны государственных, частных и международных источников.
Грузия	<p>Грузинская национальная стратегия развития туризма 2025:</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание уникального, высококачественного опыта для посетителей в соответствии со спросом на рынках выездного туризма с наивысшим уровнем расходов, на основании культурных и природных активов страны. Улучшение воздушных сообщений с этими высокорасходными рынками, и внутренних транспортных сетей для содействия свободному перемещению посетителей в страну и из страны. 	<p>Инструменты политики для достижения целевых показателей:</p> <p>Доход от Въездного Туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> Рекламная деятельность на международных рынках. Акцент на доступе к высокодоходным рынкам. Высококачественный сервис. <p>Вклад Туризма в ВВП:</p> <ul style="list-style-type: none"> Привлечение инвестиций в туристическую отрасль. Разработка новых туристических продуктов – экотуризм, природный туризм, горные лыжи, альпинизм, горные велосипеды, водные виды 	<p>Цели на 2015–2025 гг.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Повышение доходов от туризма с текущих 1,9 миллиарда долларов до 6,6 миллиардов долларов. Повышение среднего уровня расходов на посетителя с 328 долларов до 600 долларов. Увеличение прямого вклада отрасли в ВВП до 7,9%. Увеличение числа граждан Грузии, занятых в туризме, на 90% до 300 000. Повышение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) от туристической отрасли на 63% до 1,18 миллиардов долларов.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 продолжение

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Грузия	<ul style="list-style-type: none"> Улучшение потенциала для сбора данных и маркетинговых исследований для лучшего понимания спроса и предпочтений высокорасходных рынков. Использование этих исследований и дополнительных маркетинговых ресурсов для более эффективного нацеливания и коммуникации с этими рынками и повышения информированности о Грузии как первоклассном туристическом направлении. Улучшение услуг для посетителей, от транспорта до размещения и перевода, до реализации потенциала расширенных и адресных маркетинговых усилий, и обеспечения рекламы на основании позитивной «молвы» и повторных визитов. 	<p>спорта (на черноморском побережье), и другие формы приключенческих и природных развлечений и отдыха.</p> <ul style="list-style-type: none"> Бизнес туризм – MICE. <p>Ежегодное Увеличение Рабочих Мест в Области Туризма::</p> <ul style="list-style-type: none"> Тренинги, лекции и семинары для лиц, занятых в туристическом секторе. Программы рыночных стимулов. <p>Средний Размер Расходов на Посетителя:</p> <ul style="list-style-type: none"> Концентрация на сегментах с более высоким уровнем расходов. Улучшение и диверсификация услуг. <p>Среднее Время Пребывания:</p> <ul style="list-style-type: none"> Маркетинговые кампании, концентрирующиеся на международных посетителях с более длительным временем пребывания. <p>Среднемесячное Число Внутренних Поездок:</p> <ul style="list-style-type: none"> Рекламная деятельность на внутреннем рынке. Развитие туристической инфраструктуры. Программы рыночных стимулов на основании инновационных продуктов и услуг (продвижение туров – образование, молодежные программы, семейные визиты, фестивали и мероприятия и т.д.). Улучшение качества услуг (прямой доступ и доступность услуг). <p>Прямые Иностраннные Инвестиции в Туристический Сектор:</p> <ul style="list-style-type: none"> Развитие туристической инфраструктуры. Повышение информированности о Грузии. <p>Структура Международных Прибытий:</p> <ul style="list-style-type: none"> Маркетинговые кампании. Акцент на доступе к новым рынкам. Рекламная деятельность на новых рынках. Участие в международных туристических ярмарках. 	<ul style="list-style-type: none"> Удвоить число посетителей с высокорасходных рынков Западной Европы, Азии и Северной Америки. Повысить длительность пребывания с 5 до 7 дней.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Казахстан	<p>Развитие Туристической Отрасли до 2023 года:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развитие внутреннего туризма. • Развитие региональных культурных и туристических кластеров. • Увеличение вклада туристической отрасли в экономику, стимулирование инвестиций. • Создание рабочих мест в туристической и связанных отраслях. • Развитие предпринимательства, включая МСП, в связанных секторах экономики, и человеческого потенциала в общем по всей стране и в регионах, включая сельскую местность. • Повышение качества туристической продукции и обеспечение ее конкурентоспособности. • Планирование развития туризма, в том числе в особо охраняемых природных территориях. • Обеспечение дальнейшего развития туристической инфраструктуры. • Продвижение туристических направлений на внутреннем и международных рынках. • Формирование единого национального туристического бренда. 	<ul style="list-style-type: none"> • Создание кластеров туристических продуктов по всей стране, с шестью центрами: Астана – сердце Евразии; Алматы – свободная культурная зона Казахстана; Жемчужина Алтая с центром в Усть-Каменогорске на севере и в восточном Казахстане; Возрождение Великого Шелкового пути, включая центральные и восточные части Кызылординской области, юго-восточные и северо-восточные части Южно-Казахстанской области и юго-западную часть Жамбылской области; Каспийские врата, с центром в городе Актау, включая всю Мангистаускую область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской области; Единство природы и кочевая культура, с центром в курортной зоне Щучинск-Бурабай, включая Акмолинскую и Карагандинскую область, и западные части Северно-Казахстанской и Павлодарской области. • Сопоставление развития туристической продукции с рыночными сегментами. • Обучение для туристической отрасли в целях улучшения сервиса. • Реализация нормативов и стандартов туристического сервиса. • Улучшение и расширение транспортной инфраструктуры. • Высококачественная информация для туристов и инвесторов. • Институциональные реформы. • Имиджевая стратегия: пересмотр подходов к продвижению туристической продукции Казахстана за рубежом. 	<p>Увеличение Показателей к 2023 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Расходы на проживание и питание до 875 миллиардов тенге (2,4 миллиарда долларов). • Доходы от услуг пассажирских авиаперевозок до 380,0 миллиардов тенге (1,03 миллиарда долларов). • Количество койко-ночей в коммерческих объектах размещения до 15 миллионов. • Количество внутренних туристов до 12 миллионов. • Средние расходы на посетителя в реальном выражении до 71 800 тенге (193,8 доллара) в день и 248 000 (669,4 доллара) за визит. • Количество международных посетителей до 5,5 миллионов.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Кыргызская Республика	<p>Программа Развития Туризма до 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Повысить информированность о Кыргызской Республике как туристическом направлении на основных традиционных и потенциальных туристических рынках. • Создать благоприятную регулятивную среду для развития туризма. • Упростить процедуры въезда иностранных туристов. • Ввести инновационное кластерное развитие разных типов туризма для усиления эффективного и бережливого использования туристического потенциала страны и для обеспечения круглогодичной работы туристической отрасли. • Обеспечение внедрения Единого реестра туристических услуг и внедрения методологии измерения качества. • Модернизация базовых компонентов туристической инфраструктуры и обеспечение ее соответствия международным стандартам. • Обеспечение защиты окружающей среды в интересах местных сообществ и заинтересованных сторон в туристической отрасли на основании оценки природного рекреационного потенциала существующих и потенциальных туристических и рекреационных зон. • Стимулирование положительного отношения жителей к иностранным туристам. • Обеспечение безопасности пребывания туристов в Кыргызской Республике. • Перевод модели государственного управления в туристическом секторе от «как есть» к «как должно быть». • Развитие кадрового потенциала туристической отрасли для соответствия современным требованиям. 	<p>Повышение Информированности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проведение исследований по спросу на туристические услуги и продукты. • Создание взаимовыгодного международного сотрудничества в туристическом секторе, как на национальном, так и на региональном уровне. • Создание комплексной структуры туристической сервисной сети. • Проведение маркетинговых кампаний в СНГ и на других рынках. <p>Регулятивная Среда:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проведение систематического анализа правил и нормативов для туристической отрасли. • Рассмотрение налоговых концессий для новых предприятий и других стимулов для развития туризма. • Упрощение процедуры выделения и использования земель для туристической продукции и развития туристических объектов. • Реализация международных стандартов туристического сервиса на всех туристических объектах и международных стандартов классификации объектов размещения. <p>Въезд Посетителей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рассмотреть улучшение доступа в страну для разных типов транспорта с ключевых рынков. • Рассмотреть либерализацию нормативов воздушного движения и привлечение крупных международных авиакомпаний посредством политики открытого неба. • Внести вклад в развитие местных авиакомпаний для региональных маршрутов внутри страны. • Рассмотреть упрощение пограничного контроля для граждан других стран. <p>Разработка Продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кластеры лыжного спорта, круглогодичных курортов и 	<p>К 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Повысить долю туризма в ВВП как минимум на 7%. • Ежегодное увеличение притока туристов на 20%.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Кыргызская Республика	<ul style="list-style-type: none"> Активное продвижение туризма в регионах страны в соответствии с национальными стратегическими задачами. Улучшение туристической статистики. 	<p>отдыха, культурное и образовательное развитие вдоль Шелкового пути, бизнес туризм для международных мероприятий и международные мероприятия, например, этнические игры, искусство, соревнования, выставки, спорт.</p> <p>Охрана Окружающей Среды и Образование:</p> <ul style="list-style-type: none"> Обеспечение соответствующего развития туристического потенциала охраняемых природных зон и культурных объектов. Провести анализ эффективности территорий со специальным статусом. Провести мероприятия по повышению экологической осведомленности туристов. Развитие экологической культуры среди молодежи. <p>Транспорт и Медицинская Инфраструктура:</p> <ul style="list-style-type: none"> Модернизация международных и внутренних аэропортов. Реализация международных стандартов сервиса в аэропортах. Модернизация и развитие национальных автодорог, ведущих к туристическим кластерам. Улучшение состояния не менее трех локальных автодорог, ведущих к туристическим объектам, в год, путем государственно-частного партнерства, при помощи местных властей. Развитие региональных и районных планов действий в отношении развития автодорожной инфраструктуры, включая сервисные объекты и многоязычные знаки. Строительство и реабилитация муниципальной инфраструктуры, и модернизация навигационных систем до туристических объектов и маршрутов. 	

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Кыргызская Республика		<ul style="list-style-type: none"> ● Реабилитация инфраструктуры для обработки сточных вод в туристических кластерах и вдоль туристических маршрутов в соответствии с международными стандартами. <p>Позитивное Социальное Отношение:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Проведение кампаний по повышению информированности (посредством СМИ и учебных заведений) и программ работы с целевыми аудиториями для улучшения доброго отношения местного населения по отношению к туристам. ● Обеспечение участия местного сообщества в планировании и развитии туристической инфраструктуры в их регионе. <p>Безопасность Туристов:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Упрощение процедуры проверки документов для иностранных граждан правоохранительными органами, кроме случаев угрозы общественной безопасности. ● Создание пилотного проекта Курортной полиции как часть интегрированной системы безопасности. ● Обеспечение соблюдения требований Международной федерации лыжного спорта в отношении безопасности спусков. ● Обеспечение безопасности экстремального туризма путем оптимизации работы спасательных команд. ● Улучшение механизмов страхования путешествий. <p>Государственное Управление:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Придание соответствующего статуса уполномоченному государственному органу по туризму в системе государственного управления. ● Создать современную модель уполномоченного государственного органа в области туризма в соответствии с международными требованиями и стандартами, с достаточным финансированием для повышения эффективности и действенности его работы. 	

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Кыргызская Республика		<p>Образование и Обучение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реализация мер по обучению и профессиональному развитию в соответствии с квалификацией требований туристической отрасли на рынке труда. • Проведение независимой оценки навыков персонала и выпускников профессиональных учебных заведений в области туризма. • Обеспечение сотрудничества учебных заведений и поставщиков туристических услуг за счет увеличения числа коммуникационных платформ в виде конференций, образовательных мероприятий и семинаров. • Продвижение лучшей практики государственно-частного партнерства в системе высшего профессионального образования для привлечения частных компаний к инвестициям в будущие человеческие ресурсы и мониторингу учебного процесса в соответствии с потребностями туристического рынка. <p>Развитие Регионов Страны:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение приоритетных типов туризма в соответствии с существующим туристическим потенциалом регионов. • Развитие программ регионального туризма и планов по их реализации, укрепление роли и участия местных сообществ. • Усиление деятельности публичных туристических объектов в регионах с участием местных администраций, бизнес ассоциаций и туристической отрасли. • Проведение международных и национальных мероприятий в регионах. • Улучшение туристической инфраструктуры в регионах. • Создание условий для развития и продвижения традиционной народной и ремесленной продукции. • Продвижение исторического и культурного наследия в регионах. 	

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Кыргызская Республика		Туристическая Статистика: <ul style="list-style-type: none"> • Обзор существующей системы туристической статистики в отношении типов туризма. • Разработка списка и методологии сбора и расчета дополнительных туристических индикаторов в соответствии с процедурами, применяемыми международными организациями. • Разработка методологии прогнозирования развития туризма в соответствии с государственной системой прогнозирования. 	
Монголия	Операционная программа на 2016–2020 гг. правительства Монголии направлена на «улучшение туристической конкурентоспособности на региональном уровне, создание правовой базы и повышение эффективности страны», а также следующие действия: <ul style="list-style-type: none"> • Реализация всеобъемлющей политики для создания правовой базы для развития туризма, сотрудничества с международными туристическими сетями, развития инфраструктуры и повышения качества услуг. • Сформулировать и реализовать индивидуальные туристические подпрограммы для муниципальных и региональных территорий. • Поддержка создания Комплексного туристического центра посредством иностранных инвестиций в сотрудничестве с государственными и частными партнерами. • Поддержка строительства экологических парковок и сервисных мест, соответствующих международным стандартам, в основных туристических регионах. 	Развитие Инфраструктуры <ul style="list-style-type: none"> • Координация автодорожной и транспортной политики с туристической политикой. • Достижение ценовой гибкости за счет строительства нового аэропорта и увеличения частоты рейсов и направлений. • Создание свободной туристической зоны на базе нового аэропорта. • Создание пунктов временной остановки и сервиса рядом с основными туристическими маршрутами. Улучшение Условий Туризма <ul style="list-style-type: none"> • Создание правовой базы для онлайн-визовых услуг. • Создание правовой базы для единовременной выдачи и виз и въезда в пограничных территориях. • Создание правовой базы для льготных визовых услуг для туристических групп. • Разработка и реализация планов развития регионов. • Поддержка разработки диверсифицированных продуктов и услуг в провинциях. Сельское Развитие <ul style="list-style-type: none"> • Поддержка создания специализированных туристических комплексов. • Выработка и реализация программ развития туризма в провинциях. 	К 2020 г. Правительство Монголии планирует достичь следующих результатов путем успешной реализации своих целей и задач: <ul style="list-style-type: none"> • переход с 99-го места в Глобальном индексе конкурентоспособности в 2015 году на 90-е место. • увеличение совокупного числа туристов с 386 206 в 2015 году до 1 миллиона. • увеличение вклада туристического сектора в ВВП с 3,2% в 2015 году до 8,45% в 2020 году. • повышение дохода сектора с 265 миллионов долларов до 1 миллиарда долларов. • повышение приблизительного числа сотрудников с 50 000 до 97 000.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Монголия	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка рекламы и маркетинга туризма в Монголии, повышение потенциала туристических услуг и увеличение числа туристов. • Внедрение принципов развития, опыта и стандартов международного туризма, создание подразделения по прикладным исследованиям и разработкам, и наделение этого подразделения функцией реализации многосторонних проектов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка брендовой продукции и услуг в провинциях и их реклама за рубежом и в стране. <p>Международное Сотрудничество – Разработка и Реализация Проектов</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка туристического бренда «Путешествие по кочевым тропам», активно участвующего в туристических программах Шелкового пути. • Строительство Центра туристических опросов и исследований, сотрудничающего с ЮНВТО. • Создание нового транснационального туристического бренда путем реализации туристических проектов «Чайный путь» с соседними странами. 	
Пакистан	<p>11-й пятилетний план на 2013–2018 гг.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Национальная политика в области туризма должна формулироваться в консультациях с провинциями. • Роль финансовых институтов в секторе будет усилена в консультациях с Государственным банком Пакистана. • Будет создан Национальный совет по туризму (с представителями частного сектора), с институциональным потенциалом для реализации туристической политики. • Будет продвигаться государственно-частное партнерство. • Будут организованы спортивные и культурные мероприятия в разных частях страны для продвижения внутреннего туризма. • Развитие туристических продуктов будет вестись на современных линиях с применением всеобъемлющего туристического маркетингового плана. • Культурные объекты будут продвигаться как туристические достопримечательности.. 	<p>После упразднения Министерства туризма в 2011 году, функция политики и продвижения туризма была передана провинциям, каждая из которых имеет собственную организацию, ответственную за туризм. Пакистанская корпорация по развитию туризма (ПКРТ) отвечает за национальное развитие туризма. ПКРТ заявляет, что⁶ <i>ключевыми элементами 12-го пятилетнего плана на 2018–2023 годы, который должен быть опубликован в конце 2018 года, будут:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • туристическая инфраструктура – строительство новой и модернизация существующей инфраструктуры; • государственные департаменты, регулирующие туризм – реструктуризация; • туристические услуги – предоставление современных услуг во всех провинциях; и • имидж и брендинг – маркетинг и продвижение для создания имиджа дружелюбия по отношению к туристу. 	<p>Предоставленные документы не содержат конкретных национальных целевых показателей в области туризма. В настоящее время цели определяются на уровне провинций в рамках туристической политики каждой из провинций.</p>

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Пакистан	<ul style="list-style-type: none"> • Будет создана система точного сбора и анализа данных с необходимым наращиванием потенциала и проведением связанных мероприятий. • Будет стимулироваться участие женщин в туристической деятельности. • Частный сектор будет поддерживаться государством в разрезе налоговых послаблений и снижения дополнительных отчислений, создания инфраструктуры и продвижения 		
Автономный регион КНР Внутренняя Монголия	<p>13-й пятилетний план развития туристической отрасли во Внутренней Монголии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Приоритизация защиты и разумного развития. • Создание концепции интегрированного развития «Туризм+» с акцентом на региональные характеристики. • Трансформация и модернизация туристической отрасли с акцентом на качество и эффективность. • Соблюдение рыночно-ориентированного принципа, достижение баланса в отношениях между государством и рынком. • Внедрение сельского туризма для сокращения бедности. 	<p>Планирование в Области Развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка новой модели научного планирования для развития туризма с акцентом на круглогодичный туризм на всей территории страны, углубление регионального сотрудничества в области туризма с возможностями Инициативы «Один пояс, один путь» и другими национальными стратегиями, развитие экспериментальных зон пограничного туризма, приоритизация туристических кластеров на основании природных ландшафтов и культур этнических меньшинств. <p>Инфраструктура:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развитие сети общественного транспорта и улучшение государственных услуг. <p>Развитие Туристических Продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развитие туристических маршрутов для таких сегментов, как развлечения, снег, природа, культура, красная революция, пограничный и трансграничный туризм, обучение через действия и промышленный туризм; и разработка туристической сувенирной продукции. <p>Маркетинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Усиление брендинга и разработка туристического бренда, связанного с фестивалями и культурой. 	<p>К 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Доходы от туризма 530 миллиардов юаней (77,1 миллиардов долларов). • Увеличение общего оборота туристических предприятий и среднего уровня потребления туристами. • Значительное улучшение силы системы туристической отрасли, масштаба и выгод туристической экономики, имиджа туристических брендов, и восприятия рынка в отношении «потрясающей Внутренней Монголии», и распространение туризма в центральных частях региона. • Значительно усилить роль туристической отрасли в продвижении экономического и социального развития значительно усилена.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Автономный регион КНР Внутренняя Монголия		<p>Менеджмент и стандарты:</p> <ul style="list-style-type: none"> Оптимизация туристического менеджмента, создание отраслевых стандартов, укрепление регулятивной структуры, развитие системы управления туристическими кадрами и увеличение государственных инвестиций. 	
Китайский АР Синьцзян	<p>13-й пятилетний план развития туристической отрасли в Синьцзяне:</p> <ul style="list-style-type: none"> Развитие и продвижение «туризма+», интегрированного развития и «глобального туризма» Придание приоритетного значения обучению и трудоустройству с акцентом на бедное сельское население Акцент на продвижение и рекламу, связанные с туризмом, и культивирование брендов Стремление превратить туристическую отрасль в стратегический элемент экономики 	<p>Планирование в Области Развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> Мультидисциплинарная и интегрированная система планирования развития туризма, координация с общим экономическим и социальным планированием. <p>Развитие Туристических Продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> Урумчи как туристический центр на Экономическом поясе Шелкового пути; этнокультурное туристическое направление в южном Синьцзяне; туристический пояс всемирного наследия вдоль коридора Тянь-Шаньских гор; усиление деятельности в области разработки и производства туристических сувениров. <p>Маркетинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание системы статистики в качестве платформы для туристической отрасли; улучшение брендинга и создание нового имиджа для Синьцзяна. <p>Обучение:</p> <ul style="list-style-type: none"> Усиление развития человеческих ресурсов в области туризма и продвижение создания связанных с туризмом рабочих мест. <p>Инвестиции и Финансы:</p> <ul style="list-style-type: none"> Увеличение инвестиций в туристическую инфраструктуру; укрепление финансовой поддержки и продвижение инвестиций в туристические инновации; создание нового механизма помощи туристической отрасли. 	<p>К 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Совокупное число въездных туристов (из КНР и международных) 300 миллионов, связанное с туризмом потребление 600 миллиардов юаней (72,7 миллиардов долларов). Кол-во рабочих мест в сфере туризма 2,5 миллиона, причем 1 миллион из бедного сельского населения. 15 национальных туристических достопримечательностей А-уровня и 6 национальных экотуристических демонстрационных зон.

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Таджикистан	<p>Цели Стратегии Национального Развития 2013:</p> <ul style="list-style-type: none"> Эффективный механизм государственного регулирования и поддержки туризма. Маркетинговая стратегия по повышению «заметности» туризма в стране и увеличения туристического потенциала. Развитие туристических продуктов для внутреннего и иностранных рынков. Международное сотрудничество. Диалог между государственным и частным сектором. Туристическая инфраструктура. Улучшение туристической статистики. <p>Программа развития туризма на 2018–2020 гг.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание благоприятных условий для реализации государственной политики в туристическом секторе. Улучшение туристического рынка в регионе и за рубежом. Широкая государственная поддержка. 	<p>Правительство Таджикистана объявило 2017 год Годом туризма и народных промыслов в Таджикистане.</p> <p>Стратегии из Программы развития туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> Развитие инфраструктуры (включая дороги и места отдыха). Развитие новых туристических продуктов и маршрутов. Доведение операционных стандартов до международного уровня, например, система лицензирования туроператоров, стандарты туристических объектов. Повышение качества сервиса путем подготовки квалифицированного персонала. Привлечение инвестиций в сектор, включая освобождение новых туристических предприятий от налогов на 5 лет. Координация деятельности туристических органов и агентств. 	<p>К 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Увеличить число туристов. Улучшить существующую инфраструктуру. Создать постоянные и сезонные рабочие места. Повысить уровень инвестиций и финансовой поддержки.
Узбекистан	<p>Государственная Политика в Области Развития Туризма на 2017–2021 гг. – Цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание благоприятных экономических и правовых условий для интенсивного и эффективного развития туризма как одного из стратегических секторов экономики страны. Создание сбалансированного предложения туристических услуг для содействия приоритетному развитию въездного и выездного туризма. Обеспечение безопасности туристов при предоставлении туристических услуг. Интегрированное развитие всех регионов и секторов экономики для достижения устойчивого роста доли туристического сектора в ВВП страны, доходов государственного и местного бюджетов, создания новых рабочих мест и повышения уровня и качества жизни населения. 	<p>Стратегические Приоритеты:</p> <ul style="list-style-type: none"> Улучшение законодательно-правовой базы, направленной на создание благоприятных условий для внутреннего и иностранного туризма. Развитие туристической отрасли во всех регионах Республики, включая связанную инфраструктуру для соответствия современным мировым стандартам. Модернизация и диверсификация туристических продуктов и услуг, нацеленных на разные сегменты туристического рынка, включая паломничество, когнитивный, экологический, этнографический, гастрономический, спортивный, терапевтический, сельскохозяйственный, индустриальный, коммерческий. Развитие социального туризма. Усиление международного сотрудничества в области туристической деятельности. 	<p>Предоставленные документы не содержат конкретных целевых показателей в области туризма.</p>

продолжение на следующей странице

Приложение 1 *продолжение*

Страна	Приоритеты и/или цели	Стратегии	Целевые показатели
Узбекистан	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование разработки туристических продуктов для полного использования обширного потенциала страны в области развития разных типов туризма. • Создание на рынке позитивного восприятия Республики Узбекистан как туристического направления. 	<ul style="list-style-type: none"> • Продвижение туристических продуктов страны на международном и внутреннем туристическом рынке. • Модернизация системы обучения квалифицированного персонала для туристической отрасли, повышения квалификации и переобучения. 	

СНГ = Содружество Независимых Государств, ЕС = Европейский Союз, ВВП = валовой внутренний продукт, MICE = встречи, стимулы, конференции и выставки, КНР = Китайская Народная Республика, ЮНЕСКО = Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры, ЮНВТО = Всемирная туристская организация ООН.

^a Валютный курс по состоянию на 10 декабря 2018 г.

⁶ The Nation. 2018. Новая политика в области туризма концентрируется на инфраструктуре. 16 апреля. Исламабад.

Источник: официальные туристические стратегии и планы, предоставленные странами ЦАРЭС.

Стратегические Направления Программы СБМ



СБМ = Субрегион Большого Меконга.

Источник: Презентация СБМ на Консультационном семинаре ЦАРЭС по туризму, 23-24 октября 2018 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Система Администрирования Туризма в Таиланде

Национальная Туристическая Администрация (НТА) + Национальная Туристическая Организация (НТО) Подход на основе сотрудничества

- (i) НТА: Созданное в 2002 году, Министерство туризма и спорта Таиланда продвигает, поддерживает и развивает туризм, спорт, спортивное образование, рекреацию и прочие вопросы согласно законодательству.
- (ii) НТО: Созданное в 1960 году, Туристическое управление Таиланда (ТУТ) является официальным государственным ведомством, осуществляющим продвижение туризма и предоставляющим туристическую статистику
 - Структура: Пятнадцать (15) департаментов – генеральная администрация, кадры, бюджет и бухгалтерия, финансы, планирование, ИТ, мониторинг и управление рисками, продвижение продуктов, события, инвестиции в туризм, внутренний туризм, маркетинг Азии и Тихого океана, Маркетинг в регионах Европа, Африка, Ближний Восток и Америки, реклама и связи с общественностью и маркетинговые услуги – 850 сотрудников (штаб-квартира – 699,16 зарубежных филиалов – 35,22 региональных офиса – 146).
 - Бюджет – 42,6 миллионов долларов (2015).
 - Основные цели заключаются в реализации Интегрированных стратегий маркетинга и коммуникации, проведение зарубежной маркетинговой деятельности, продвижение внутреннего туризма, проведение международных встреч, сбор и обработка связанных с туризмом данных, и реализация стратегий управления туристическими кадрами.
- (iii) Под председательством Министра туризма, Совет директоров ТУТ состоит из 20 членов, представляющих государственный и частный сектор туризма, и консультирует по вопросам политики в сфере туризма и ключевым задачам ТУТ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Результаты Опроса

Региональный Семинар ЦАРЭС, Ташкент, Узбекистан, 23–24 октября 2018 г.

Общее количество анкет, сданных Секретариату ЦАРЭС: 33

Страна	Количество сданных анкет
АФГ	1
АЗЕ	3
ГРУ	3
КАЗ	3
КГЗ	3
МОН	3
ПАК	3
КНР	3
ТАД	3
ТКМ	2
УЗБ	4
Прочие ^а	2
ИТОГО	33

^а Институт ЦАРЭС и туроператор.

I. Вопрос 1: Есть ли необходимость создания Рабочей группы по туризму (РГТ)?



II. Question 2: What should be the composition of the TWG?



* Четыре страны указали другие заинтересованные стороны помимо представителей государственного и частного сектора. К таким заинтересованным сторонам относятся НПО, местные сообщества, компании по организации выездных мероприятий, авиакомпании и визовые ведомства.

III. Вопрос 3: Какие из следующих направлений деятельности, которые могут быть поддержаны в рамках гранта на техническую помощь (ТП), Вы считаете актуальными и соответствующими потребностям и приоритетам Вашей страны? (можно выбрать несколько вариантов ответа)



IV. Вопрос 4: Имеются ли какие-либо другие области, которые следует поддерживать с помощью гранта ТП? («Другое» в вопросе 3)

Двенадцать участников (пять стран ЦАРЭС, туроператор и ИЦ) предложили дополнительные области для поддержки в рамках гранта ТП. К этим дополнительным областям относится следующее:

- (i) оказание поддержки существующим межстрановым маршрутам (например, таким как «Современный шелковый путь») в координации с другими партнерами по развитию и региональными инициативами;
- (ii) улучшение туристического образования, включая подготовку туристических путеводителей для устранения языковых барьеров;
- (iii) проведение ознакомительных поездок – как внутри, так и за пределами региона – для углубленного изучения передового опыта;
- (iv) развитие инфраструктуры туризма;
- (v) содействие развитию устойчивого туризма и туризма, основанного на сообществах – особенно, в отдаленных и сельских районах;
- (vi) поддержка пилотных проектов вдоль экономического коридора Алматы-Бишкек (ЭКАБ);
- (vii) развитие потенциала учреждений, связанных с туризмом – в том числе, на местном уровне (например, Туркестанского региона в рамках нового проекта экономического коридора «Шымкент-Ташкент-Худжанд»);
- (viii) организация ежегодной туристической конференции и выставки ЦАРЭС для содействия сотрудничеству между заинтересованными сторонами из государственного и частного секторов; и
- (ix) разработка продуктов знаний и исследований.

Содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030

Предварительное исследование

Суть туризма заключается в создании и углублении социально-экономических и культурных связей между странами, улучшении связей и содействии лучшему диалогу путем сближения народов и стран. Таким образом, содействие сотрудничеству в секторе туризма является одним из оперативных приоритетов в рамках стратегии ЦАРЭС 2030. Туризм также признан эффективным способом содействия участию развивающихся стран в мировой экономике и достижению Целей в области устойчивого развития. Это предварительное исследование направлено на оценку потенциала ЦАРЭС в качестве платформы для продвижения регионального подхода к развитию туризма посредством определения возможностей для усиления и расширения сотрудничества между странами-членами в секторе туризма, а также для максимизации экономических возможностей при одновременной защите экосистем.

О Программе Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества

Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) представляет собой это партнерство 11 стран и партнеров по развитию, совместно работающих над продвижением развития через сотрудничество в целях ускорения экономического роста и сокращения бедности. Она руководствуется всеобъемлющим видением: «Хорошие соседи, хорошие партнеры и хорошие перспективы». Членами ЦАРЭС являются следующие страны: Афганистан, Азербайджан, Китайская Народная Республика, Грузия, Казахстан, Кыргызская Республика, Монголия, Пакистан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан.

Об Азиатском банке развития

АБР стремится к достижению процветания, всеохватности, стабильности и устойчивости в Азии и Тихоокеанском регионе, не прекращая при этом свои усилия, направленные на искоренение крайней нищеты. Основанный в 1966 году банк принадлежит 67 членам, 48 из которых относятся к данному региону. Его основными инструментами для оказания помощи развивающимся странам-членам являются диалог по вопросам проводимой политики, кредиты, инвестиции в акционерный капитал, гарантии, гранты и техническая помощь.



СЕКРЕТАРИАТ ЦАРЭС

www.carecprogram.org

АЗИАТСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ

6 ADB Avenue, Mandaluyong City

1550 Metro Manila, Philippines

www.adb.org