65.433(5У)

Тухлиев, Нурислам.
Т 91 Национальные модели развития туризма / Н.Тухлиев, Т.Абдуллаева. – Т.: Гос. науч. изд-во «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. – 424 с.

1. Соавт.

ББК 65.433 (5У) я7

В книге проанализированы актуальные проблемы и достижения туризма как в Узбекистане, так и в зарубежных странах. Рассмотрены различные аспекты и тенденции развития национальных моделей туризма.

Данная книга рекомендуется в качестве учебного пособия студентам и исследователям, специализирующихся в туризме.

Н $\frac{4205000000}{358-2006}$ 2006

ISBN 5 – 89890 – 131 – 0

© Государственное научное издательство «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5

Глава 1. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ТУРИЗМА 9

1.1. ФАКТОРЫ И ПОКАЗАТЕЛИ МОДЕЛИ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ 9

1.2. ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ 31

1.3. ОЦЕНКА И РАСЧЕТЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ 55

1.4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ 66

Глава 2. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ 77

2.1. ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРПРОДУКТА .. 77

2.2. НЕКОТОРЫЕ ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО И УЗБЕКСКОГО ТУРИЗМА 112

2.3. КУРОРТНЫЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 122

2.4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: СОВРЕМЕННЫЙ ПРОДУКТ 137

2.5. СПЕЦИФИКА ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА 161

2.6. РАЗВИТИЕ ПОПУЛЯРНЫХ ФОРМ ТУРИЗМА 173

2.7. ПОТЕНЦИАЛ МЕСТНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ 190

2.8. "ДУХОВНЫЙ ТУРИЗМ" В УЗБЕКИСТАНЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 197

2.9. ТУРИСТСКИЕ ПРОЕКТЫ В УЗБЕКИСТАНЕ 202

2.10. ТУРИЗМ, ОСНОВАННЫЙ НА МЕСТНОМ СООБЩЕСТВЕ 220

Глава 3. ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ 232

3.1. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ В КОНЦЕ 80-х ГОДОВ И В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА 232

3.2. ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ИМИДЖ КОЧЕВНИКОВ, ГАСТРОНОМИЯ И ФОЛЬКЛОР 246

3.3. «ЖЕМЧУЖИНА ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ»: КЫРГЫЗСКАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ 263

3.4. РЕСУРСНАЯ МОДЕЛЬ ТУРИЗМА ТАДЖИКИСТАНА: ГОРЫ, ТРАДИЦИИ И ПРИРОДА 281

3.5. ТУРКМЕНСКАЯ СИСТЕМА ТУРИЗМА: ИЗОЛЯЦИЯ, РЕСУРСЫ И УНИКАЛЬНОСТЬ ПРИРОДЫ 286

Глава 4. ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ ТУРИЗМА 303
4.1. КРОКОДИЛЫ, МЕКОНГ И ДРАКОНОВЫЙ ФРУКТ, ИЛИ УСПЕХ ВЬЕТНАМСКОГО ТУРИЗМА 303
4.2. ТУРИСТСКАЯ ХОРВАТИЯ: СИНТЕЗ ИСТОРИИ И СОЛНЕЧНОГО ПЛЯЖА 313
4.3. РАКИЯ, ПЕРЕЦ И СОЛНЕЧНЫЙ ЛУЧ: МОДЕЛЬ БОЛГАРСКОГО ТУРИЗМА 324
4.4. FRUTILLA, КОРДИЛЬЕРЫ И ОСТРОВ ПАСХИ: ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИ ЧИЛИЙСКОГО ТУРИЗМА 340
4.5. ЗАМОК ДРАКУЛЫ, PLACINTA, ТРАНСЕЛЬВАНИЯ, ИЛИ ТУРИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РУМЫНИИ 349
4.6. ЖИРАФЫ, ЭКЗОТИКА, БАНАНЫ, ИЛИ СПЕЦИФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ТУРИЗМА КЕНИИ 357
4.7. KNEDLO-ZELO-VEPRO, КАТОЛИЦИЗМ И ПИВО: ЧЕРТЫ ЧЕШСКОГО ТУРИЗМА 368
4.8. ФИЕСТА, ПИРЕНЕИ, «ВКУСНЫЙ ПУТЬ», ИЛИ ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ ТУРИСТОВ В ИСПАНИЮ? 379
4.9. КАМБОДЖА: ТУРИЗМ, ВОЗРОЖДАЮЩИЙСЯ ИЗ РУИН 391
4.10. ТУРИСТСКАЯ КАРТА ГЕРМАНИИ: КУРС НА МАССОВОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ 403
4.11. ДРУГИЕ МИРОВЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ 413

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 420

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ 421

ВВЕДЕНИЕ

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО), он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта, свыше 11% международных инвестиций, каждое 9-е рабочее место в мировом производстве.

Современная индустрия туризма является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами. В 1999 году доля международного туризма составила 8% мировых доходов от экспорта и 37% экспорта сектора услуг. Доходы от туризма устойчиво занимают третье место после доходов от экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей. Ожидается, что такая позитивная тенденция сохранится и в начале нового тысячелетия. Рост туризма должен произойти преимущественно за счет появления новых посещаемых территорий, поскольку традиционные районы мирового туристского рынка уже практически достигли предела рекреационной емкости. В связи с этим Казахстан имеет уникальную возможность занять свою нишу в мировом туристском рынке.

Современный туризм возник в связи с началом предоставления трудящимся ежегодного оплачиваемого отпуска, что одновременно является признанием основного права человека на отдых и досуг. Он стал фактором развития личности, взаимопонимания между людьми и народами.

Согласно анализу исследований ВТО, специализированных международных организаций по туризму, а также политики развития туризма государств, туризм понимается как деятельность, непосредственно влияющая на социальную, культурную и экономическую жизнь государства.

Современный туризм – это отрасль мировой экономики, не знающая спада. По расчетам специалистов, в среднем, для получения доходов, эквивалентных тем, которые даст один иностранный турист, надо вывозить на мировой рынок примерно 9 тонн каменного угля, или 15 тонн нефти, или 2 тонны высокосортной пшеницы. При этом продажа сырья истощает энергоносители страны, а туристская индустрия работает на возобновляемых ресурсах. По подсчетам зарубежных экономистов, 100 тыс. туристов, проведя в среднем два часа в городе, расходуют не менее $350 тыс., или $17,5 долларов на человека каждый час. Таким образом, продажа сырья – это своего рода экономический тупик, а развитие туризма – длительная, экономически выгодная перспектива.

Туризм, в целом, оказывает три положительных эффекта на экономику государства:

во-первых, обеспечивает приток иностранной валюты и оказывает положительное влияние на такие экономические показатели, как платежный баланс и совокупный экспорт;

во-вторых, помогает увеличить занятость населения. По оценкам ВТО и Всемирного совета туризма и путешествий, на каждое рабочее место, создаваемое в индустрии туризма приходится от 5 до 9 рабочих мест, появляющихся в других отраслях. Туризм прямо или косвенно влияет на развитие 32 отраслей экономики;

в-третьих, способствует развитию инфраструктуры страны. "Для развития туризма необходима здоровая окружающая среда и кое-что особенное, индивидуальное для того, чтобы туристы приехали", – таково мнение известного эксперта в сфере "бизнес-тревэл" доктора Йорка Хетча.

Туризм активно воздействует на экономику целых районов страны. Создание и функционирование хозяйствующих субъектов в области туризма тесно связано с развитием дорожного транспорта, торгового, коммунально-бытового, культурного, медицинского обслуживания. Таким образом, индустрия туризма обладает более сильным эффектом мультипликатора, чем большинство других экономических секторов.

Туризм - деятельность, непосредственно связанная с отдыхом, досугом, спортом и общением с культурой и природой, которая должна планироваться и практиковаться как средство индивидуального и коллективного совершенствования. В этом случае он становится незаменимым фактором самообразования, толерантности и познания различий между народами и культурами в их разнообразии.

Принимая во внимание быстрый и постоянный рост туризма, его мощное воздействие на окружающую среду, на все сектора экономики и благосостояние общества, правительство Узбекистана в долгосрочной программе развития определило туристскую отрасль приоритетной. Данная Концепция предполагает формирование целостной государственной политики в сфере туризма, создание правовых, организационных и экономических основ формирования в республике современной конкурентоспособной индустрии туризма.

Историческими предпосылками туризма в Узбекистане являются становление и развитие Великого шелкового пути, начало формирования которого относится к третьему тысячелетию до н.э.

До обретения Узбекистаном независимости туризм, как и все другие отрасли экономики, был жестко регламентирован. Основными регионами туристской деятельности в СССР были Кавказ, Крым, Прибалтика, исторические центры России, Средней Азии. В то же время историческая

значимость целого ряда архитектурных, археологических, культурных памятников и природных достопримечательностей Узбекис-тана фактически не рекламировалась и оставалась невостребованной. Туризм в республике в советский период представлял собой один из элементов системы культурно-просветительской работы, выполнявшей идеологическую функцию и, несмотря на ее доминирующую роль, финансировался по остаточному принципу и не имел существенной экономической значимости.

Одной из причин неразвитости индустрии туризма в республике является то, что на государственном уровне ею не занимались целенаправленно как отраслью экономики. Не уделялось внимание комплексному прогнозированию, долгосрочному планированию, территориальной организации туризма и негосударственным туристским структурам. Фактором, тормозящим развитие отрасли, является также непризнание туристской деятельности приоритетом со стороны местных органов управления, несмотря на то, что большая часть доходов от туризма поступает в местный бюджет.

С обретением независимости в Узбекистане была заложена основа для регулирования туристской деятельности и возрождения исторического и культурного наследия народа. "Туризм – это познание мира, и вместе с тем, это выход на мировую арену. Нам нужно развивать эту важную сферу, использовать ее широкие возможности, – заявил Президент Узбекистана Ислам Каримов. Наши города –Ташкент, Самарканд, Бухара, Хива имеют 2500-3000-летнюю историю. Это огромное духовное состояние. Через развитие туризма его можно превратить в материальное богатство.

Наконец, чем больше представителей народов мира будут прибывать в нашу страну, тем больше о нас будут знать, тем больше своих возможностей мы покажем. Для этого нам надо, прежде всего, повысить культуру обслуживания гостей, довести ее до мировых стандартов.

Есть в Европе такие страны, которые не всегда увидишь на карте. Однако они принимают туристов в количестве, превышающем в 90-100 раз численность своего населения. И этим путем обеспечивают прогресс всей страны.

А город Хиву, который ныне отмечает свое 2500-летие, за последние четыре года посетило немногим более 15 тысяч иностранных туристов. Это нельзя объяснить ничем иным, как неумением показать свои широкие возможности, беспомощностью, некомпетентностью"[1].

В настоящее время в государствах Центральной Азии недостаточно исследований, направленных на изучение проблем и перспектив туризма

[1] Народное слово, 1996, 17 марта.

как в отдельной стране, так и в комплексе региона. Зачастую работы касаются отдельных аспектов специализации (гостиничная инфраструктура, размещение, транспорт, ценообразование, реклама), но нет единого подхода к региональной системе туризма. Более того, существуют серьезные проблемы в изучении этой отрасли, так как совершенно различны методы учета и статистики, существует излишняя засекреченность данных. Если в некоторых государствах туризм рассматривается как бизнес, как сектор, направленный на поддержание уровня жизни и доступа к инвестициям, то в других, как политический фактор достижения реформ и выбранного пути развития.

Таким образом, туризм в разных странах имеет совершенно различные подходы и модели, что не всегда позволяет экспертам оценивать туристский потенциал. С другой стороны, следует оценивать и модели туризма тех стран, которые достигли определенных позитивных результатов.

В связи с этим в данном учебном пособии демонстрируются достижения туризма как в Узбекистане, так и в зарубежных странах. Оно рекомендуется студентам и исследователям, специализирующимся в туризме, а также практикам – сотрудникам туристских учреждений.

Глава 1. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ТУРИЗМА

1.1. ФАКТОРЫ И ПОКАЗАТЕЛИ МОДЕЛИ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

В последнее время в научной и практической литературе, связанной с туризмом, появился термин "национальная модель туризма", в которой авторы стремятся охарактеризовать социально-экономические и политико-правовые процессы, происходящие в этой сфере, выявить специфику и особенность, которая разительно отличает национальный туризм от туризма других стран.

Между тем, никто не дает конкретной (числовой) характеристики этого понятия, в связи с чем порой трудно осознать особенности развития туристской индустрии каждого государства, ее роли в экономике. Чаще все сводится к обобщению экономических показателей туризма, географическому ранжированию страны и ее туристских зон.

Несомненно, это весьма важная часть в исследованиях, поскольку она позволяет определить степень развития туризма, влияния на происходящие общественные процессы.

Более того, практические такие индикаторы необходимы: многие туроператоры используют качественные характеристики страны, ее гостеприимства с целью установления и развития сотрудничества, включения государств в программы туристских маршрутов, в решения инвестиций и капиталовложений.

Так что такое национальная модель туризма? Рассмотрим вначале суть этого понятия. ***С одной стороны, это упрощенная схема человеческого восприятия происходящих в туризме явлений и процессов, которая позволяет отследить движение турпродукта по всем ступеням (отраслям, сферам) и выявить факторы, влияющие на это развитие туризма (политические, экономические, социальные и пр.). С другой стороны, это структура, обеспечивающая вовлечение в экономический процесс всех ресурсов туризма – предприятий, достопримечательностей, людей, природы, государственного механизма.***

Кроме того, если невозможно рассмотреть национальную модель в числовом значении, то в качестве построения общей схемы развития

туризма можно использовать данные о существующих турах, памятниках, природных объектах, статистике визитов и вклада индустрии гостеприимства в экономику страны.

Безусловно, каждая страна располагает своими особенными – национальными – чертами, и факторами этих особенностей являются:

Историческое развитие страны, богатство культурного наследия. Страны, история которых насчитывает тысячелетия, располагают огромным потенциалом и наследием, представляющим особый интерес для туристов (Египет, Ирак, Мексика, Китай, Индия, Центральная Азия и др.) и, естественно, обладающим притягающей силой. Но даже те государства, которым несколько столетий и даже десятилетий могут предоставить свою историю, интересную для туристов, все зависит от умения преподнести (продать) турпродукт.

Национальное наследие – это фактор, который определяет статус и мощь государства, и чем больше будет стремление показать его миру, сделать доступным для всего человечества, тем сильнее станет туристская сфера. Здесь же большую роль играют такие элементы, как специфика и уникальность образа жизни, ментальность местного населения, традиции, быт, общежитие. Восток определен таким качеством, как коллективизм, тогда как Запад больше склоняется к индивидуализму. Эта характерная черта предопределяет многие психологические особенности наций, народностей и индивидуума. И, естественно, это притягивает туристов, желающих познать культуру, религию и духовность другого населения.

Экономическое положение страны. Туристская индустрия будет развиваться тогда, когда существуют соответствующие экономические условия – стимулирующие налоги, льготные кредиты, значительные внутренние и иностранные инвестиции и пр. Не менее важным следует считать состояние инфраструктуры, обслуживающей прямо или косвенно туризм (дороги, энергетика, коммуникации и пр.).

Реформы, которые проводятся в республике в течение многих лет, принесли определенные результаты. Прежде всего, создана рыночная система взамен планово-командной, и в ней основную долю занимает частный сектор. Функционирование негосударственных предприятий привело к появлению других атрибутов рынка, прежде всего, коммерческих банков, бирж, фондовых рынков, страхования, маркетинговых и рекламных служб, которым уделено важное место в развитии туристской сферы. Благоприятный инвестиционный климат позволил привлечь местный и иностранный капитал, особенно, в транспортные коммуникации, гостиничное хозяйство, энергетику и сельское хозяйство.

Благоприятные экономические условия позволили в Узбекистане создать частный сектор. На начало 2003 года в республике действовало 216 тыс. малых и средних предприятий (в то же время зарегистрированных

но не функционирующих 23,8 тыс.), причем только за 2002 год появилось 47 тыс. новых. Таким образом, в целом по стране на 1000 жителей приходится 8,6 хозяйствующих субъектов, что выше Казахстана и России (там показатель равен 7), однако ниже, чем в государствах Европейского сообщества (37-46). Возрос удельный вес малого бизнеса в таких секторах, как сельское хозяйство, строительство и оказание платных услуг, то есть смежных с туризмом. В 2002 году доля малого и среднего бизнеса в создании ВВП достигла 34,6%, доля занятых – 55%.

В настоящее время в Узбекистане развиваются многие формы и виды туризма, причем значительная часть из них реализуется негосударственным сектором. Предпринимательская деятельность в сфере международного туризма распространяется, прежде всего, на оказание различного рода услуг иностранным туристам и носит относительно нематериальный характер. Эта деятельность фактически является экспортом услуг за рубеж и регулируется рядом нормативных актов Республики Узбекистан по защите и стимулированию роста экспортного потенциала страны.

Между тем, как свидетельствуют исследования, в этой сфере услуг имеют место теневые отношения, которые развиваются и могут в значительной мере влиять на текущую ситуацию в национальном туризме. Так, некоторые особенности этой специфической деятельности, отсутствие достаточного опыта у многих местных туроператоров и сотрудников контролирующих структур (например, работников налоговой службы) создают определенные проблемы, вступающие в противоречие с действующими нормативными документами, что, в свою очередь, наносит ущерб экономическим интересам Узбекистана.

Деятельность в сфере международного туризма регулируется правительством путем предоставления лицензий через Национальную компанию "Узбектуризм". На сегодня в республике зарегистрировано более 400 фирм и организаций, занимающихся этим видом предпринимательской деятельности. Независимо от форм собственности (частные фирмы, СП, АО, зарубежные компании и т.д.) туроператорские организации и, прежде всего, гостиничные комплексы, самостоятельно занимающиеся туристской деятельностью, могут, а зачастую предпочитают осуществлять прямые взаиморасчеты с инопартнерами.

При этом подтверждение предоставленных услуг производится ваучерами или иными финансовыми документами. Часть услуг может не включаться в объем экспортных операций в целях возможного сокращения налогооблагаемой базы и сокрытие прибыли. При этом некоторые местные турфирмы открывают свои представительства за рубежом, а совместные предприятия и иностранные компании используют зарубежные счета своих партнеров для взаиморасчетов. В этом случае валютные средства за экспорт туристских услуг будут поступать фирме-резиденту за, например, квартал

или полугодие. Текущие расходы могут покрываться за счет средств получаемых от продажи иностранным туристам дополнительных услуг или иной предпринимательской деятельности. Ценообразование на услуги фирмой осуществляется исходя из спроса, уровня и качества обслуживания, издержек и расходов, а также собственной маркетинговой стратегии, частично покрывая расходы в национальной валюте, используя курсовую разницу. На сегодняшний день уровень цен на зарубежных рынках туристских услуг, предлагаемых в республике, в основном сформирован и базируется на прейскурантах НК "Узбектуризм". Турфирма и особенно компания, владеющая гостиничной базой, при заключении контрактов вряд ли допустит значительного снижения цен. При этом налогооблагаемая часть и процентная ставка от валютной выручки, подлежащая обязательной продаже ЦБ РУ, может не соответствовать реально получаемым фирмой доходам, проконтролировать которые практически не представляется возможным в случае проведения операций за рубежом.

В Узбекистане созданы определенные условия по стимулированию предпринимательской деятельности в сфере международного туризма путем предоставления определенных льгот при начислении налогов. Между тем, в настоящее время фиксируются попытки руководителей некоторых туристических фирм избежать уплаты реальных налогов для продления льготных каникул путем создания новых фирм и получения лицензий на базе ранее существовавших организаций (с использованием прежних основных фондов, сотрудников, по тем же юридическим адресам и практически с тем же названием). Данная деятельность приводит к созданию посреднических и дублирующих структур, не способствующих устойчивому развитию туризма в республике.

Политическая ситуация в государстве и нормативно-правовые условия для развития туризма. Порой это один из важнейших факторов, поскольку политическая нестабильность может свести к нулю развитие туризма, даже если вся страна сплошь и рядом утыкана гостиницами, объектами досуга, памятниками истории, святыми местами. Вспомним, что террористический акт на острове Бали привел к резкому падению иностранных туристских прибытий и инвестиций в Индонезию, последующему экономическому кризису, безработице. Гражданские войны в Таджикистане, Руанде, Сомали, конфликтная ситуация на Ближнем Востоке (в частности, Израиль-Палестина, Ирак) также не способствовали эффективному развитию туризма.

С другой стороны, авторитаризм, хотя он и стремится к политической стабильности и военно-полицейскими методами удерживает ее, однако не вызывает энтузиазма у туристов, особенно воспитанных в демократическом духе. Поэтому диктаторские страны (Латинская Америка, Испания в период Франко, ряд стран Африки, Северная Корея

и другие) остаются порой вне зоны туристских прибытий, они сознательно игнорируются подавляющей частью мирового туризма.

Общества, где царствует закон, более стабильно и более привлекательно для визитов: турист знает, что всегда можно за помощью обратиться к закону. Если традиции сильные, то туризм развит слабее, ибо иностранца всегда можно наказать за то, что он нарушил неписаные правила поведения, неформальные законы (это касается стран с восточной деспотией). Социологи отмечают, что в этих обществах сильные влияния криминала или консерватизма, которые нисколько не способствуют туризму. Поэтому ситуация, связанная с законностью и силой права, весьма важна для исследовательской оценки. Кроме того, если право предоставляет частному бизнесу большие возможности, то следует ждать серьезных инвестиций в туризм.

Следует помнить, что индустрия туризма развивается в рамках тех положений, которые определены национальным законодательством и заключенными международными договорами. Государства устанавливают «правила игры» для всех участников туристского процесса – туристов, туроператоров, поставщиков услуг, инвесторов, бизнесменов, органов власти, контроля и управления, и этим самым избегаются перекосы или деформация для отрасли.

Социальная обстановка в стране, национальная специфика. Конечно, этот фактор также влияет на состояние внутреннего и международного туризма. Ксенофобия – первый антипод туризма, и в зависимости от уровня гостеприимства, дружелюбия местного населения следует рассчитывать на объем туристских визитов, стремление иностранцев познакомиться с местной культурой, вникнуть в специфику национальных традиций. Следует сказать, что не существует государств/территорий, обедненных культурой или историей, есть просто до конца не раскрытые общества, не познанные миром.

По данным социологических опросов, в целом отношение предпринимателей к органам власти нейтральное[2]. С другой стороны, чем чаще субъекты МСБ сталкиваются с государственным органом в процессе работы, тем отрицательнее они его оценивают. Как отмечают эксперты МФК, влияие местных органов власти на деятельность предпринимательства велико. В условиях отсутствия конструктивного диалога между бизнесменами и органами государственного управления (местного и отраслевого) это может приводить к условиям неравной конкуренции. Так, 57% респондентов заявили, что решения местных властей не препятствуют развитию бизнеса, 51% - местные власти прилагают усилия для того, чтобы желающим легко было начать свое дело, 48% - местные власти четко и неуклонно выполняют все законы и нормативные акты центральных органов власти, 47% - местые власти оказывают содействие

[2] Деловая среда в Узбекистане глазами представителей малого и среднего бизнеса

развитию бизнеса путем обеспечения *равных условий* для ведения бизнеса, 36% - госслужащие в моем районе честны и не требуют взяток.

При этом 76% опрошенных предпринимателей признались, что плохо или в общих чертах знают законодательство, которое регулирует их деятельность. В связи с этим можно констатировать, что низкий уровень правовой грамотности наряду с частыми изменениями и неоднозначностью законодательства создает для рыночной системы сложную среду деятельности для хозяйствующих субъектов.

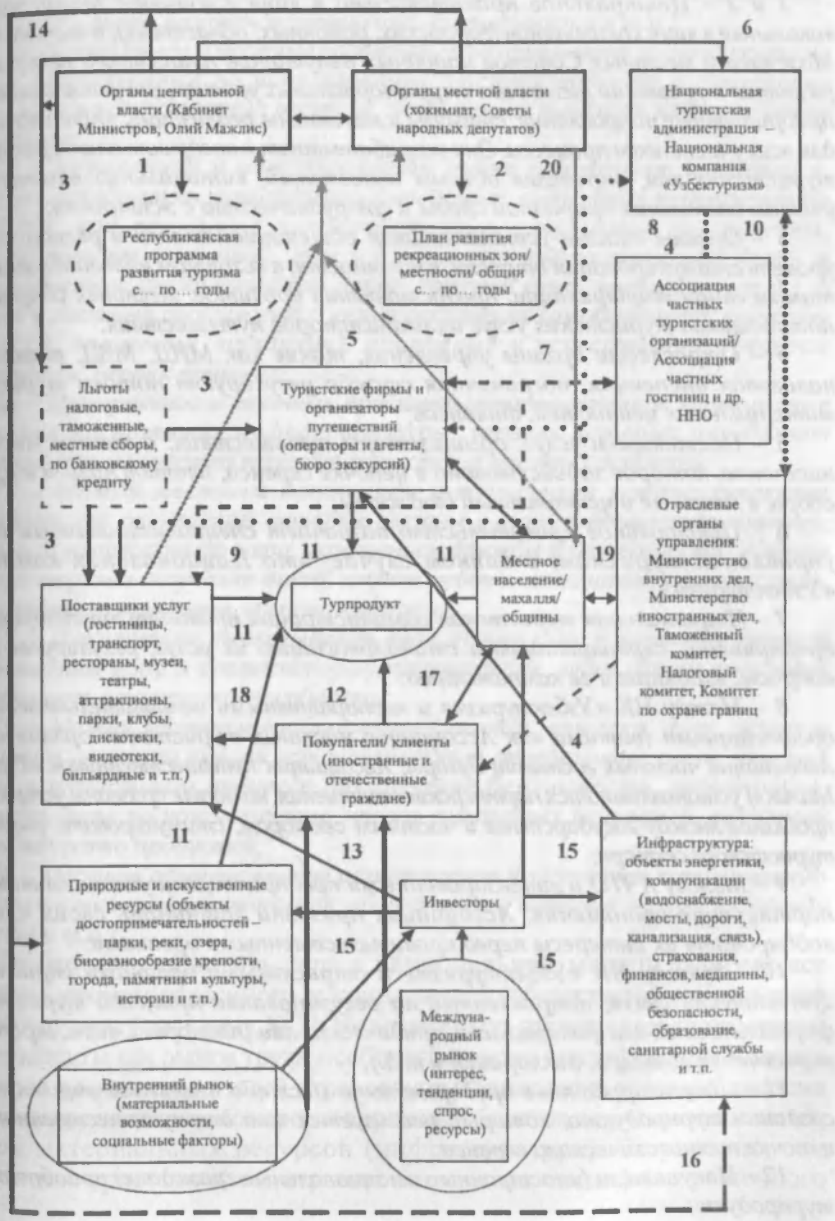
Экология. Раньше этот фактор не принимался в расчет, многие эксперты считали, что туризм не сильно связан с охраной окружающей среды. Между тем, все меньше людей хотят посещать загрязненные города и территории, они ищут экологически чистые районы, которых с каждым годом становится все меньше. Когда СМИ заговорили о том, что даже Эльбрус завален туристскими отходами, стало ясно: необходимо развивать экологически устойчивый туризм. Те страны, которые сохранили девственные территории, могут рассчитывать на значительный объем туристских прибытий, а значит, и поступлений в местную экономику. В Узбекистане сохранились природные территории, которые могут быть вовлечены в экологический туризм.

Природные/естественные условия страны. Как ни странно, не только леса, горя, водоемы и равнины с богатой флорой и фауной могут привлекать туристов, особенно озабоченных экологией или увлекающихся природными турами. Существует немало программ, предлагающих путешествия по пустыням, снежным равнинам, то есть те "окраины" земли, куда редко ступает нога человека. Поэтому страны, территория которых на 90% состоит из песка или снега, также способны развивать туризм, и повторяю: все зависит от стремления и желания государств, его политики по привлечению туристов и инвестиций.

На схеме № 1 представлена модель экономических взаимосвязей между всеми субъектами туристского процесса. Она позволяет оценить насколько тот или иной элемент важен в рамках оказания услуг туристу или хозяйственной деятельности поставщиков услуг, сохранения ресурсов.

Таким образом, узбекская модель туризма, которая сформировалась за последние 15 лет, характеризуется элементами **восточного гостеприимства** (радушие, безопасность, уважение и почитание) и **стандартами обслуживания западного образца** (гостиничные и транспортные услуги. бронирование, экскурсии, синхронный перевод). Немаловажно и то, что узбекская модель предопределена сохранившейся даже в условиях урбанизации системой общежития – местными общинами (махалля), что привносит определенный колорит в качестве «изюминки» для национального турпродукта. Именно эти общины являются центрами традиций, культуры быта и производства, уклада жизни и психологии людей.

Схема № 1. Упрощенная модель взаимосвязей между субъектами туризма Узбекистана



Пояснение к схеме № 1:

1 и 2 – Центральное правительство в лице Кабинета Министров и локальные в лице хокимиатов (городских, районных, областных), а также Олий Мажлиса и местных Советов народных депутатов принимают программы развития туризма на различных территориальных уровнях, где устанавливают приоритетные направления, стимулы и механизмы реализации, «правила игры» для всех участников процесса. Они разрабатывают и внедряют планы развития туристских зон, определяя объемы инвестиций, капитальных вложений с учетом состояния природной среды и сотрудничества с жителями;

3 – Органы власти устанавливают общенациональный и региональный уровень стимулирования отрасли, в частности, в льготном налогообложении, таможенной тарификации, предоставлении кредитов, местных сборов для поставщиков туристских услуг и организаторов путешествия;

4 – Отраслевые органы управления, такие как МИД, МВД, таможня, налоговая инспекция, пограничная служба регулируют потоки туристов, материальных ценностей, финансов;

5 – Поставщики услуг, организаторы путешествия, а также местное население, которое задействовано в цепочке сервиса, платят налоги и другие сборы в местные и центральный бюджеты;

6 – Центральное правительство назначает специализированный орган управления туризмом, в данном случае, это Национальная компания «Узбектуризм»;

7 – Национальная туристская администрация проводит лицензирование предприятий, сертификацию и стандартизацию их услуг, регулирует иные вопросы, входящие в ее компетенцию;

8 – Между НК «Узбектуризм» и корпоративными неправительственными организациями (такими как Ассоциация частных туристских организаций, Ассоциация частных гостиниц Бухары, Ассоциация путешественников «Рабати Малик») устанавливаются партнерские отношения, которые призваны устранить проблемы между государством и частным сектором, стимулировать развитие туристского сектора;

9 – Между АЧТО и лицензированными предприятиями устанавливаются партнерские отношения, Ассоциация призвана защищать своих членов, лоббировать их интересы перед правительственными органами;

10 – Между НК «Узбектуризм» и отраслевыми органами управления существуют связи, направленные на регулирование процесса туристских формальностей для физических и юридических лиц (паспорта, визы, транзит, пересечение границы, декларация и т.д.);

11 – Лицензированные предприятия и местное население участвуют в создании турпродукта, который реализуется ими для путешественников в цепочке технологического сервиса;

12 – Покупатели (иностранные и национальные граждане) приобретают турпродукт;

13 – На покупательскую способность влияют различные факторы, в частности, на внутренний рынок – материальное благополучие населения, их социальный статус, работа, международный – интерес к Узбекистану, тенденции – цены, воздушное сообщение, формальности и т.п.;

14 – Центральное и местные правительства принимают законодательные акты, направленные на использование, воспроизводство и сохранение природных и искусственных ресурсов, этим самым регулируя их потребление туристами;

15 – Внутренний и международный рынки определяют инвесторов, которые вкладывают материально-финансовые средства в перспективные проекты, как связанные непосредственно с туризмом (гостиницы, автотранспорт, питание), так и в смежную инфраструктуру (газо- и водоснабжение, строительство дорог, сотовая связь, медицина и т.д.), а также в местные сообщества с целью сохранения самобытности культуры (ремесла, промыслы, традиции), природные и искусственные ресурсы (памятники, охрана природы);

16 – Центральное и местные правительства направляют капитальные вложения на развитие инфраструктуры, уровень которых определяет ассортимент и качество услуг для туристов и местных жителей;

17 – Между местным населением и туристами устанавливаются специфические отношения, которые связаны с взаимообогащением культур, познанием окружающего мира, укреплением дружбы и безопасности. Жители за счет туризма получают доход, имеют работу, повышают квалификацию, они сохраняют традиции, обычаи, культуру;

18 – Покупатели высказывают свое отношение к качеству сервиса поставщикам услуг и организаторам путешествия, этим самым вынуждая их повышать конкурентоспособность;

19 – Между местным сообществом (махалля, кишлаки, аулы, жители городов) и органами власти устанавливаются определенные связи участия людей в туристском процессе (обеспечение безопасности, регистрация, прописка, визы по приглашениям, провоз культурных ценностей, валютный обмен, качество продуктов;

20 – Местная администрация регистрирует и легализует хозяйственную деятельность жителей (торговля, общественное питание, экскурсии, аренда средств и т.п.).

Необходимо отметить, что в национальной модели туризма все факторы производственного и социального (общественного) значения взаимоувязаны (см. схему № 2). Не может быть процесса, если не учтены такие аспекты как рынок труда, особенно качество квалификации людских ресурсов, рынок инвестиций, страхования и банковских резервов, система продажи гостиничных номеров и дорожных билетов и других технологий, рынок материальных ресурсов (инфраструктура). Безусловно, эти тенденции присущи всем странам мира, хотя специфика рыночного

состояния позволяет оценивать по разному степень функционирования индустрии гостеприимства как бизнеса и отрасли экономики. С другой стороны, на национальную модель туризма влияют и внеэкономические факторы, которые характерны исключительно для данного региона и не могут быть повторены в другом, это: психология и образ жизни людей, религия, философия поведения, мировоззрения, то есть то, что имеет яркую окраску различия одного этноса (нации) от другого, одной страны (региона) от другой. Именно внеэкономические факторы предопределяют степень интереса иностранцев к тому или иному национальному турпродукту. Ведь туристы посещают страну не с точки зрения интереса к рыночным реформам и специфики экономической ситуации страны, а из-за наличия природных и исторических объектов, богатства истории и насыщенности культуры, экзотики образа жизни народа.

Схема № 2. Система рыночных взаимосвязей и влияния на туризм экономических и внеэкономических факторов



Между тем, национальную модель следует рассматривать и как систему связей между субъектами туристского процесса. На схеме № 3 приведена подобная структура партнерства. Как из нее видно, Национальная туристская администрация имеет полномочия от

правительства Узбекистана проводить государственную политику в сфере туризма. В свою очередь, принимая обязательства по отношению к субъектам хозяйствования (турфирмам), то есть по вертикали, Компания «Узбектуризм» обязана учитывать региональные отличия (по горизонтали) и сотрудничать с местными органами власти, а также самоуправления граждан. Кроме того, на линии контактов находятся корпоративные образования (неправительственные структуры, призванные содействовать развитию частного сектора) и организации по защите прав граждан (Общество потребителей).

На партнерские связи также влияние оказывают природоохранные органы/организации, поскольку в подавляющем своем туризм увязан с потреблением ресурсов, имеющих ограниченное свойство. Здесь следует воспринимать и местные традиции, образ жизни, быт и хозяйствование, которые поддерживаются различными фондами, и они также косвенно или прямо участвуют в создании туристского образа того или иного региона.

Схема № 3. Партнерство участников туристского процесса в Узбекистане



Между тем, современная модель туризма направлена на устойчивое функционирование региона с точки зрения сохранения природных ресурсов, роста экономики и социального благополучия местных жителей, возрождения культурных традиций и исторического наследия, то есть все тенденции взаимоувязаны и взаимозависимы. Всемирный союз охраны природы так охарактеризовал концепцию устойчивого развития: «Устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения

ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным. Это, как правило, достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с какой они используются, либо переключением с медленновозобновляемых ресурсов на быстровозобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями».

В такой модели обычно рассматривается три принципа:

– экологическая устойчивость обеспечивает совместимость развития с поддержанием базовых экологических процессов, биологического разнообразия и ресурсов;

– социальная и культурная устойчивость обеспечивает такое положение, при котором развитие способствует увеличению контроля со стороны людей за их жизнью, совместимо с культурой и ценностями жителей, затронутых этим развитием, а также сохраняет и укрепляет местную самобытность;

– экономическая устойчивость обеспечивает хозяйственную эффективность развития и такое положение, при котором избранный метод управления ресурсами дает возможность их использования будущими поколениями.

Таким образом, устойчивым туризмом называется такая экономическая модель развития, целью которой является достижение следующих аспектов:

- улучшение качества жизни местного населения;
- обеспечение приятного пребывания для посетителей;
- сохранение качества окружающей среды, оказывающей непосредственное воздействие как на местное население, так и на посетителей.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что устойчивый туризм:

– способствует пониманию путей воздействия индустрии гостеприимства на природную, культурную и социальную сферы;

– обеспечивает справедливое распределение доходов и расходов, создает рабочие места непосредственно в локальном секторе туризма и в смежных с ним секторах;

– стимулирует прибыльные внутренние отрасли – гостиницы и другие средства размещения, рестораны и другие службы общественного питания, транспортные системы, народные промыслы и экскурсионно-информационное дело;

– способствует притоку в страну иностранной валюты и обеспечивает капиталовложения в местную экономику; он способствует диферсификации местной экономики, особенно в сельских районах, где занятость населения может носить сезонный и случайный характер;

– стремится к тому, чтобы в процессе принятия решения участвовали все слои общества, включая местное население, с тем, чтобы туризм и другие ресурсопотребляющие отрасли могли гармонично сосуществовать. Он включает планирование и зонирование, что обеспечивает такое развитие туристского сектора, которое совместимо с пропускным потенциалом данной экосмистемы;

– поддерживает модернизацию местной инфраструктуры транспорта, связи и других базовых систем;

– создает рекреационные объекты, которыми могут воспользоваться местные жители, а также внутренние и международные туристы. Благодаря туризму финансируется и поощряется забота о сохранности местных археологических раскопок, исторических зданий и культурных мест.

Природный туризм способствует продуктивному использованию земель, не имеющих сельскохозяйственного значения, что позволяет сохранять естественную флору на больших площадях. В свою очередь, культурный туризм содействует росту самосознания среди местных жителей и дает возможность добиваться более глубокого взаимопонимания и тесных контактов между людьми, представляющими различные культуры. Экологически устойчивый туризм наглядно демонстрирует важное значение природных и культурных ресурсов для экономического и социального благосостояния общества и помогает их сохранению.

Следует сказать, что в рамках устойчивого туризма осуществляется контроль, анализ и управление процессом развития туризма, разрабатываются надежные методы оценки за состоянием окружающей среды и предпринимаются попытки устранения любых негативных последствий.

На схеме № 4 представлены элементы, которые несут явную выгоду местному сообществу/региону от функционирования стабильного сектора туризма. Так, спрос на продукты/услуги ведет к открытию новых предприятий и рабочих мест, дополнительному доходу для населения, получению прогрессивных технологий, а также бережному отношению к окружающей среде и культуре. С другой стороны, наблюдается тенденция на поддержание и модернизацию инфраструктуры, рациональному землепользованию. Нужно сказать, что ключевыми элементами в этом процессе служат администрация и жители поселка, которые создают определенные условия для приема и обслуживания туристов.

Стремление сохранить природные ресурсы и культурное наследие ведет к тому, что в модели туризма этим аспектам уделяется все больше внимание. В связи с этим здесь учитывается пропускной потенциал наличных природных и искусственных ресурсов. Нужно заметить, что пропускной потенциал имеет огромное значение для защиты

окружающей среды и устойчивого развития. Под этим термином чаще всего понимается максимальная загрузка любого места без негативных последствий для ресурсов, снижения уровня туристской удовлетворенности и отрицательного воздействия на общество, экономику и культуру данного региона. Вместе с тем определить лимиты такого потенциала бывает весьма сложно, однако без подобных расчетов практически невозможно заниматься экологическим планированием в области индустрии гостеприимства.

Схема № 4. Комплексная система устойчивого развития на местном уровне

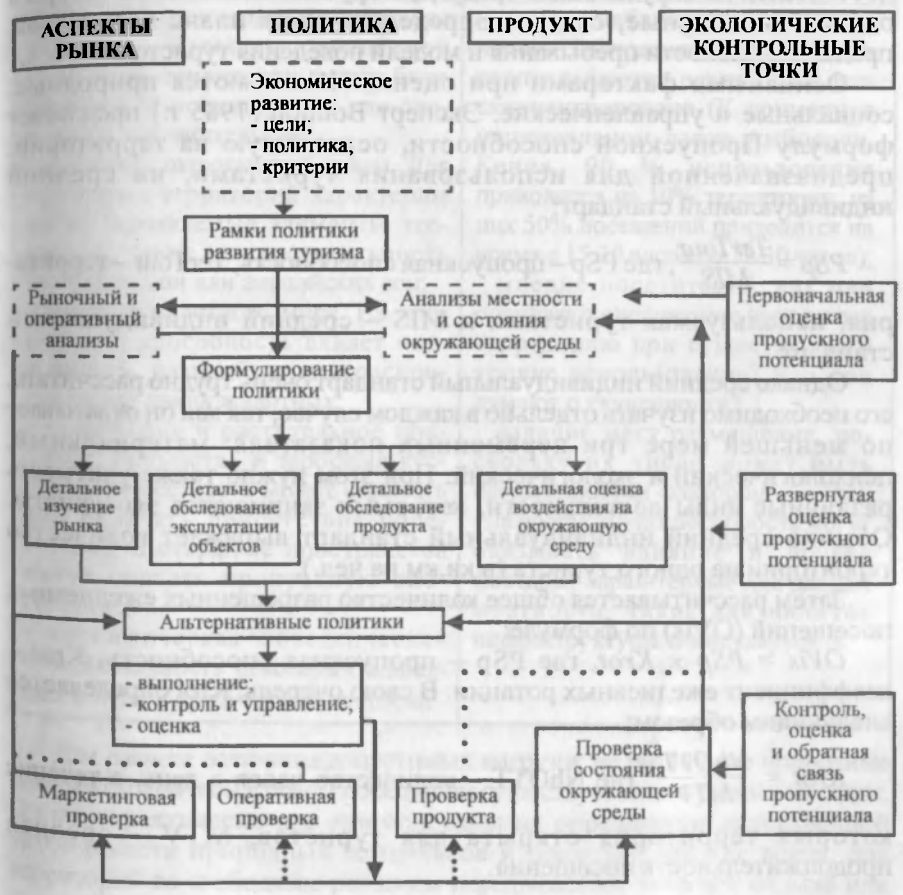


Поэтому три важных элемента: рынок, политика и продукт находятся под влиянием экологической оценки (см. схему № 5) Прежде всего, любое экономическое развитие предполагает определение целей (то есть к чему стремится регион), политику (механизмы и методы реализации этих целей), а также критерии, по которым определяется результативность и адекватность принятых решений. В свою очередь, это формирует рамки (законодательные, организационные, экономические), направление на потребление и воспроизводство ресурсов. Одновременно идет оперативный анализ рынка и анализ продукта с точки зрения восприимчивости их окружающей средой. В такой модели особое внимание уделяется детальному исследованию рыночной системы и эксплуатации объектов

(инфраструктуры и достопримечательностей), продуктов/услуг для туристов. В процессе возможно формирование альтернативной политики, которая дает более развернутую картину пропускного потенциала.

Менеджмент предполагает принятие решений по данной политике, процесс его исполнения, дальнейший контроль и внесение коррективов, а также оценку достигнутого результата. При этом следует анализировать ситуацию как через маркетинг и оперативный анализ рынка, так и состояние турпродукта с учетом изменения внешней среды. Обратные связи ведут к изменению самой политики. Как виджно, экологические точки считаются важными критериями всей системы устойчивого развития туризма.

Схема № 5. Пропускной потенциал и устойчивое развитие туризма Узбекистана



Кроме пропусного потенциала в экономической модели порой используется показатель пропускной способности (ПС), что представляет собой уровень использования посетителями территории природного парка (заказника/питомника), при которой сохраняется высокий уровень удовлетворенности и незначительного воздействия на природные ресурсы.

Следует подчеркнуть, что ПС территории определяется многими факторами и зависит от особенностей охраняемых природных ресурсов. В конечном итоге этот индикатор зависит от административных решений, направленных на определение уровня использования охраняемых природных территорий в туристических целях. При управлении и развитии экотуризма в особо охраняемых природных территориях необходимо анализировать и оценивать воздействие различных типов посетителей на окружающею среду. Для хрупких экосистем, к которым относятся и горные, следует определить ПС в плане количества, продолжительности пребывания и модели поведения туристов.

Основными факторами при оценке ПС являются природные, социальные и управленческие. Эксперт Boullon (1985 г.) предлагает формулу Пропускной способности, основанную на территории, предназначенной для использования туристами, на средний индивидуальный стандарт:

$PSp = \frac{TerTour}{MIS}$, где PSp – пропускная способность, TerTour – территория, используемая туристами и MIS – средний индивидуальный стандарт.

Однако средний индивидуальный стандарт очень трудно рассчитать, его необходимо изучать отдельно в каждом случае, так как он охватывает по меньшей мере три переменных показателя: материальный, психологический и экологический. При этом нужно также учитывать различные виды деятельности, которыми занимаются экотуристы. Обычно средний индивидуальный стандарт выражает количество территории на одного туриста (в кв.км на чел.);

Затем рассчитывается общее количество разрешенных ежедневных посещений (OVis) по формуле:

$OVis = PSp \times Krot$, где PSp – пропускная способность, Krot – коэффициент ежедневных ротации. В свою очередь, Krot определяется следующим образом:

$Krot = \frac{NhOTT}{MTV}$, где NhOTT – количество часов в день, в течение которых территория открыта для туристов, MTV – средняя продолжительность посещения.

Например, летом территория Угам-Чаткальского природного парка (Ташкентская область) является открытой на 18 часов в сутки, а средняя продолжительность посещения составляет 6 часов. Итого, коэффициент ежедневных ротаций составляет 3. Пропускная способность (условно) – 15 тыс. посещений в день, таким образом, общее количество разрешенных ежедневных посещений – 45 тыс. человек.

Пример некоторых факторов, которые необходимо учитывать при расчете пропускной способности, приведен в таблице № 1.1. Как видно из данных, на природную среду приходится не менее 60% всего влияния.

Таблица № 1.1. Факторы учета «Пропускной способности» УГЧНПП

ПРИРОДНЫЕ ФАКТОРЫ	СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ
- размер территории и пригодная площадь. Площадь охраняемой природной территории может быть большая, а используемая для экотуризма незначительная; - хрупкость окружающей среды. Для некоторых территорий характерны легко нарушаемые элементы экосистем, такие как растительность песчаных дюн или альпийских зон; - ресурсы животного мира. На пропускную способность влияет численность, разнообразие и распространение диких животных; - топография и растительное покрытие. Холмистая и заросшая кустарником местность может скрывать или смягчать присутствие посетителей, а открытые пространства могут снизить пропускную способность; - специфическая поведенческая чувствительность некоторых животных и птиц к присутствию человека.	- модель наблюдения или посещения. Наблюдения или посещения распределяются равномерно или сконцентрировано (К примеру, в национальном парке Амбосели, Кения, 90 % использования приходится на 10% территории, из них 50% посещений приходится на время с 15.30 часов до 18.30 часов); - мнение посетителей: как они оценивают охраняемую природную территорию при существующем уровне использования? Что они думают о скученности? - наличие мест размещения, поскольку их число может быть сдерживающим фактором; - на пропускную способность могут оказывать влияние и другие факторы, харак-терные для данной местности, такие как наличие инфраструктуры и популярность.

Для расчета величины допустимых нагрузок на различные природные комплексы при их массовом посещении существует много разных методик. Однако практически все они основаны на определении естественной устойчивости природных комплексов и подходят, прежде всего, для территорий со свободным режимом передвижения, типа зон отдыха или

пригородных лесов. На отсутствие прямой зависимости между естественной устойчивостью природы в парках и допустимыми нагрузками указывает простой пример. По исследованиям большинства ученых, одними из наиболее уязвимых к рекреационной нагрузке являются самые мокрые, заболоченные места. Однако во многих национальных парках мира ежегодно по тропам пролегающим через верховые болота и оборудованным деревянным настилом, проходят тысячи и даже миллионы экскурсантов, и тем не менее объекты природы на окружающей территории пребывают в полной сохранности.

Из всего этого следует вывод, что существующая нагрузка на тропы парка, которая по всем видимым показателям не приводит к заметным изменениям окружающей природы, при необходимости также может быть увеличена. Такая необходимость обусловлена ежегодным общим ростом количества туристов в парке. По сравнению с существующей нагрузкой (на территории Угам-Чаткальского парка сейчас фиксируется примерно 250-300 тыс. человек в год), есть потребность, по крайней мере, в ее двукратном увеличении.

Разумеется, такую нагрузку можно рекомендовать лишь при условии соблюдения определенных природоохранных требований. Помимо общих для всего парка правил для туроператоров и туристов здесь существуют и специфические. Главное из них – это строгое соблюдение установленного маршрута, который планируется проложить таким образом, чтобы он нигде не совмещался с тропой для пеших туристов. Это обязательное природоохранное требование, которое часто игнорируется в других особо охраняемых природных территориях Узбекистана, исходя из природных условий местности или из соображений экономии средств на ее оборудование.

По такому же принципу (сочетанию экологических и психокомфортных критериев) определяется допустимая нагрузка и на другие маршруты парка: сроки посещения, лимитирующие факторы, количество человек в группе, необходимые ограничения, необходимое благоустройство маршрута в целях минимизации ущерба особо ценным объектам и видам растительного и животного мира. Суммируя величины нагрузки для всех маршрутов, получаем общую пропускную способность парка.

Что касается определения пропускной способности парка в целом, то здесь, по мнению некоторых ученых, следует применить методику предельно допустимых изменений – ПДИ (Калихман, Педерсен, Савенкова, Сукнев, 1999). В определенном смысле методика ПДИ представляет собой альтернативу методике допустимых рекреационных нагрузок. Если в методике допустимых нагрузок основным показателем является допустимое количество посетителей в единицу времени на единицу площади, то в методике ПДИ за основной показатель выбраны предельно возможные изменения исходных природных ландшафтов. При этом методика ПДИ

позволяет перейти от традиционно формулируемой и неоднозначно решаемой проблемы определения количественных параметров допустимых нагрузок к проблеме определения качества тех природных условий, которые должны сохраняться на охраняемой территории.

Применительно к существующим основным категориям природных территорий, которые в той или иной степени используются для туризма, экспертами рекомендуются следующие уровни допустимой нагрузки:

– низкий уровень, при котором сохраняются практически все обычные для данного ландшафта виды растений и животных, приемлем для развития экологического туризма на отдельных участках заповедников и заказников, а также на некоторых участках маршрутов по особо охраняемой зоне природных парков;

– средний уровень, при котором биогеоценоз на данном участке сохраняется как таковой, приемлем для зоны познавательного туризма природных парков;

– высокий уровень, при котором необходима искусственная поддержка почвенно-растительного покрова и животного мира, приемлем для зоны обслуживания посетителей природных парков.

Схема № 6. Старая модель сотрудничества в туризме (ресурсопотребляющая)



Старая модель взаимоотношений между всеми участниками туристского процесса (Модель ресурсного потребления)

Нужно заметить, что в первые годы независимости в Узбекистане продолжала действовать ресурсопотребляющая модель туризма. Она основывалась на том, что участники процесса вступали в сотрудничество на основании лимитов, инструкций, фондов, при этом каждый учитывал свою выгоду. Так, на схеме № 6 представлена старая модель такого процесса. На ней видно, что государство устанавливает определенные жесткие правила, такие же ограничения накладывает общество для туристов и местных жителей, бизнес, а окружающая среда вяло реагирует на те тенденции, которые происходят по отношению к ней со стороны всех участников.

На схеме № 7 видно, что сотрудничество перешло в стадию партнерства, и все элементы глубоко интегрированы друг в друга. То есть развитие одного сектора не может происходить без изменения в другом. Именно такая взаимоувязка ныне формируется в модели устойчивого развития Узбекистана.

Схема № 7. Новая модель туризма (партнерская)



Новая модель взаимоотношений участников туристского процесса (Модель устойчивого развития)

Эксперт Чори Хусанов предложил рассматривать туризм в виде циклической модели (см. схему № 8). «Понимание природы и функций

разных элементов данной системы, а также существующих связей между ними позволит раскрыть механизм ее функционирования», – отмечает он[3]. По его мнению, посетители выступают на туристическом рынке в качестве покупателей. Они стараются удовлетворить свои потребности, исходя из своих возможностей. Посетители выражают спрос на путешествия, оплачивая туристские товары и услуги.Расходуя средства, посетители вносят свой вклад в развитие туризма. Посетителям противостоят продавцы (туроператоры, турагенты, туристские компании), которые формируют туристические предложения. Они приобретают производственные ресурсы (рабочую силу, землю, капитал), комбинируют их в процессе производства туристических продуктов и реализуют созданные блага посетителям, получая доход от продаж. Будучи потребленными, товары и услуги заканчивают кругооборот. Затем за счет повторного использования имеющихся производственных факторов начинается новый кругооборот».

Схема № 8. Туризм как экономическая система (разработана Ч.Хусановым)



1 – расходы на поездки за рубеж (расходы на импорт); 2, 5 и 10 – инвестиционные расходы; 3 – потребительские расходы иностранных туристов (поступления от экспорта); 4 – доходы от продаж, экспортная выручка; 6 и 11 – платежи владельцам факторов производства; 7 – государственные дотации; 8 и 12 – налоги и сборы; 9 – правительственные закупки; 13 - социальные платежи; 14 – потребительские расходы; 15 – техника и технологии

[3] Особенности развития туризма в национальной экономической модели (на основе материалов Республики Узбекистан). Автореферат на соискание кандидата экономических наук. Ташкент, 2006, с.7.

Далее эксперт уточняет, что «расширение масштабов туристической деятельности, обустройство новых рекреационных территорий, строительство курортных комплексов требуют значительных капитальных вложений. В осуществлении таких проектов участвуют государственные структуры, частные финансовые учреждения, международные организации. В результате повышения туристического спроса происходит рост капитальных вложений и увеличение реального объема производства, что свидетельствует об активизации экономической деятельности. Возникший в туризме импульс роста дает мультипликативный эффект и оказывает влияние на другие отрасли экономики. Результатом этого является оживление инвестиционной деятельности в этих отраслях, создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот, что, в свою очередь, приводит к росту доходов – заработной платы, ренты, процентов, прибыли. Часть полученных доходов поступает в государственный бюджет в виде налогов. Кроме того, государственная казна пополняется за счет пошлин от импорта. Накопленные таким образом средства вновь идут на финансирование туристических проектов, организацию отдыха для малообеспеченных слоев общества, развитие системы профессиональной подготовки туристских кадров и т.д.»[4]

Таким образом, **узбекская модель туризма характеризуется следующими чертами**:

– динамично развивающийся сектор услуг все больше занимает свою долю в создании валового национального продукта;

– эффективная приватизация и формирование мобильного частного сектора способствовали к тому, что туризм стал доходоприносящей отраслью;

– функционирование базовых законов позволили сформировать благоприятную рыночную среду, стимулировали приток иностранных и государственных инвестиций и вложений капитала, технологий, управленческого опыта в сферу туризма и инфраструктуру;

– наличие системы подготовки кадров позволили поднять уровень сервиса;

– налаженные дипломатические связи усилили роль Узбекистана на международной арене, инициировали интерес к стране со стороны западных туроператоров;

– установлены воздушные и железнодорожные сообщения с туристскими центрами мира;

– подписаны соглашения в сфере туризма с многими странами, где туризм считается эффективной отраслью;

– налажена система организованного въезда для иностранных туристов, существует система отдыха по ведомственной, профсоюзной линиям.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: модель, экономика, социальная сфера, культура, экология, ресурсы, пропускная способность, связи, сотрудничество, природные территории.

[4] Там же, с.9.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что такое модель туризма? Из чего она складывается?
2. Какие схемы сотрудничества и связей между элементами туризма существуют?
3. Что такой устойчивый туризм и как его экономическая модель увязана с охраной окружающей среды, культурным пространством?
4. Что такое циклическая модель туризма?
5. Как измеряется пропускной потенциал той или иной территории?

1.2. ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Существует мнение, что чем больше туризм создает ВНП, тем сильнее страна, тем сильнее эта отрасль, и тем, естественно, лучше. При этом они ссылаются на статистические данные, мол, в некоторых государствах туризм создает до 30% ВНП, а в островных государствах/территориях эта цифра достигает 80-90%.

Как бы не были высокими эти показатели, они характеризуют однобокость экономики и, несомненно, ее уязвимость. Ведь туризм – это "капризная" отрасль и любое незначительное колебание из-за негативных факторов может сильно ударить по экономике страны. Например, в Индонезии взрыв в ночном дискоклубе унес жизни нескольких десятков человек и одновременно лишил работы более 300 тыс. индонезийцев. В Египте в 1997 году террористы напали на туристов возле пирамид, после чего наступил экономический кризис (экономика зависела от туризма), и государству пришлось приложить немало усилий, чтобы восстановить доверие к стране у иностранцев. Действия сепаратистов в Испании, фундаменталистов в Алжире и Пакистане, партизан на Филиппинах, наркокартелей в Колумбии и других странах Латинской Америки, Африки сводят на нет все действия правительства по укреплению международного туризма.

Кроме политического фактора, негативную роль могут сыграть валютные кризисы, транспортные блокады, стихийные и техногенные бедствия, ухудшившиеся климатические и криминогенные условия и многое другое. Поэтому туризм не должен доминировать в национальной экономике, правительству необходимо иметь план альтернативного развития, если ухудшиться общая обстановка для туризма. Следует заметить, что сам туризм также может выступать альтернативой для замены агрессивных форм экономики (скажем, экстенсивного сельского хозяйства, добывающей промышленности).

Туризм является основным там, где нет ресурсов для развития иных отраслей, в частности, такая ситуация отмечается на островных государствах (Тринидад-и-Тобаго, Гаваи, Ямайка и др.). Поэтому это вы-

нуждает население искать менее капиталоемкие, но в тоже время доходные сектора экономики. А если этому способствует благоприятный природный климат, то нет противопоказаний для развития туризма. Только следует учесть, что массовый туризм порождает деградацию культурного, национального наследия, население отказывается от прежнего уклада жизни, приспосабливается к новым условиям. Возможно, это последствия глобализации, и туризм играет в этом не последнюю роль.

Как же определять роль и значение туризма? Это не столь сложно, если правительство располагает соответствующей статистикой (см. таблицу № 1.1). Другое дело, что статистика не всегда может раскрыть все процессы, происходящие в сфере туризма. Возьмем, к примеру, Узбекистан. До настоящего времени нет данных о количестве туристов, прибывающих в республику. Таможенные, пограничные, полицейские органы, дипломатические представительства, а также транспортные компании (авиация, железная дорога – основные перевозчики туристов) и обслуживающие предприятия (гостиницы) дают различные данные по числу визитов в страну и выезда за пределы Узбекистана. Отсутствие единого миграционного подхода не позволяет, таким образом, определять объемы туризма. Не зная количества туристов, трудно представить себе, каковы размеры их трат, сколько зарабатывают предприятия и население, каковы доходы государства.

Несомненно, туризм должен быть легальной сферой деятельности, и от наличия соответствующих законов, нормативно-правовых актов (например, постановлений Кабинета Министров, Указов Президента, даже приказов/распоряжений национальной туристской администрации, каковой в Узбекистане является Национальная компания "Узбектуризм") зависит официальный статус туристских предприятий и всех занятых в них. Между тем, количество документов не всегда характеризует их качество, порой закон слабее подзаконных актов, а приказ министра вносит сумятицу в бизнес. Однако подобные качественные аспекты – что существенно важно! - можно определить при расчетах национальной модели (об этом будет сказано ниже).

Сложности у статистики вызывают расчеты, связанные с определением доли туризма в национальной экономике. Необходимо наличие базовых показателей, которых, к сожалению, в Узбекистане нет, так как не существует (об этом было сказано выше) точных цифр об объемах визитов в страну, экспорта-импорта туристских услуг, загрузке всех гостиниц, численности занятых (прямо и косвенно), поступлениях в бюджет от туристской деятельности. Что касается последнего фактора, то здесь существует несколько причин: во-первых, предприятия питания, торговли, досуга, автотранспорта не делают различий между национальными и иностранными туристами и в связи с этим не дифференцируют доход от продаж товаров, услуг; во-вторых, подавляющая часть визитеров меняет валюту на черном рынке, тем самым не позволяя определить объемы валютных поступлений в страну (косвенно можно определять по таможенным декларациям); в-третьих, если известно количество работающих в гостиницах, турбазах, курортной системе, турфирмах, то сложнее определить тех, кто косвенно обслуживает туризм – ремесленники, повара, музыканты, таксисты, парикмахеры и другие. И самое важное, туризм, как и любая другая сфера экономики, имеет теневые отношения, иное дело, что рамки (размеры) этих отношений зависят от общей экономической ситуации в стране. Чем прозрачнее финансовые потоки и эффективнее государственный менеджмент, тем меньше коррупции и "тени" в туризме.

В таблице № 1.2 показано, что система туризма в Центральной Азии имеет различные экономические показатели, это связано с отсутствием у республик единого стандарта в подсчетах.

Таблица № 1.2. Значение туризма в экономике пяти Центрально-азиатских государств

Индикаторы*	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Туркменистан
Доля туризма в валовом национальном продукте, %*	<1	>1	2,6	<3	>3
Доля национального туризма в мировом туризме, %	<1	<1	<1	<1	<1
Поступления от туризма, млн. долл.	~30	~60	30,9	2,2	10,1
Численность занятых в туризме, тыс. человек*	60,3	43,0	19,2	6,1	6,9
- прямо	10,3	8,0	7,0	2,1	1,9
- косвенно	50,0	35,0	12,2	4,0	3,0
Численность туристов, тыс. чел.*	1250	228	75,5	80	420
- иностранцев, прибывших в страну	600	56	60	20	300
- национальных граждан, выехавших в другие страны	650	162	15,5	60	120
Число отраслей, связанных с туризмом	20	25	15	10	7
Численность предприятий, имеющих лицензии на туристскую деятельность	~400	425	120	30	50
Количество законов и нормативных актов, регулирующих туристскую деятельность, ед.	12	15	18	10	7
Загруженность гостиниц, %**	40	45	37	30	19
Размеры теневой экономики в туризме, %*	>40	<20	<20	<10	>30

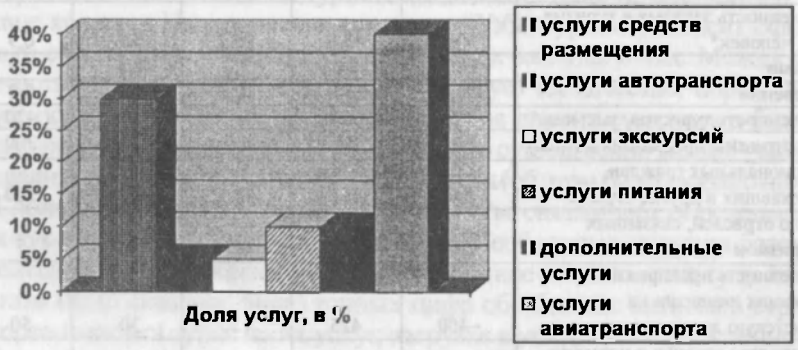
*Оценки ориентировочные (в национальных туристских администрациях пяти республик совершенно разное понимание этих показателей, что приводит к усложненной сопоставимости);
**усредненные данные.

Туризм – это, прежде всего, экономика, особая отрасль, призванная удовлетворять потребности людей в путешествиях, досуге и отдыхе, познании мира, внутреннем самосовершенствовании, укреплении здоровья и культурном развитии. Как и любая экономическая система ее продукт базируется на рыночных принципах. Спрос и предложение – вот основополагающие элементы деятельности туристской индустрии.

Цены на турпродукт одной страны, скажем, Таиланда различны для Узбекистана, России или Германии. Дело не только в том, во сколько обходится проживание, питание, экскурсия и другие услуги (порой они стандартны для всех потребителей), но и как добираться до этой страны – чем дальше от нее, тем дороже. Естественно, большую долю в турпакете занимает стоимость авиаперелета (порой более 50%).

Такая тенденция характерна и для нашей республики. Мы изучали стоимость узбекского турпродукта различных отечественных компаний, которые предлагают их на международных рынках, и создали «средний стандарт» (см. диаграмму № 1). Около 70% всех затрат туриста приходится на транспорт и размещение, тогда как на 1/ 3 – остальные затраты. Естественно, необходимо снижать издержки, чтобы туристов привлекал недорогой тур в Узбекистан.

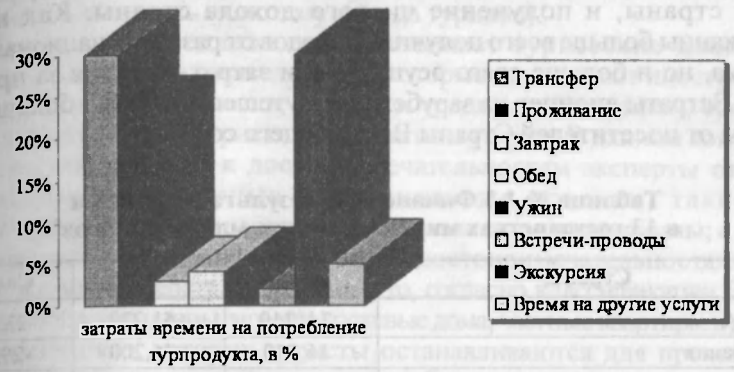
Диаграмма № 1. Удельный вес услуг предприятий Узбекистана в национальном туристском продукте (средние значения, мнения экспертов), %



Средняя продолжительность пребывания туристов, согласно различным данным, колеблется от 5,2 до 7,3 дней. Если разложить затраты времени узбекского турпродукта, то окажется, что более 50% также приходится на транспорт и проживание, тогда как на экскурсии – менее 1/3 (см. диаграмму № 2). Сокращение затрат на услуги размещения и дорожных служб и увеличение на изучение достопримечательностей, прогулки по интересным местам, знакомство с культурой и

историческими памятниками должно стать главным элементом в национальной модели туризма.

Диаграмма № 2. Затраты времени иностранного туриста на потребление узбекского турпродукта



затраты времени на потребление турпродукта, в %

Эффективность экономики туризма зависит от многих факторов, среди которых уровень развития туристской инфраструктуры, работа на зарубежных рынках, наличие стимулирующих туризм законов, например, льготное налогообложение, развитость страхового дела и многое другое. Туризм отличается от обычной торговли тем, что в торговле продукт доставляется к потребителю, а в туризме как раз наоборот – турист доставляется к продукту.

Поэтому экономика международного туризма зависит от:

наличия национального турпродукта. Здесь имеется в виду как его качество, так и разнообразие предоставляемых услуг, а также продажа этих услуг в «пакете» – «пэкидже»;

объективной и разумной цены на данный продукт. Она должна быть достаточно конкурентоспособной по сравнению с другими. Продукт должен отражать реальные затраты и реальную прибыль, а также быть доступным для массового потребителя. Желательно включать все дополнительные услуги в цену турпродукта. Всегда предоставлять туристам четкую информацию по ценам;

отражать развитие страны, то есть быть гибкой в зависимости от уровня качества туристской инфраструктуры и смежных отраслей;

степени распространенности турпродукта. Чем больше он охватывает рынки, тем больше туристов заинтересуется им и приедет в Узбекистан.

В экономике есть такое определение, как условно чистый доход от туризма (УЧДТ). Это разница между экспортом (ЭТ) и импортом турпродукта (ИТ). Если зарубежные туристы приезжают в Узбекистан,

значит, они потребили узбекский турпродукт (экспорт), а если в другие страны выезжают узбекистанцы, то они потребили иностранный турпродукт (импорт).

В таблице № 1.3 даны сравнительная характеристика доходов государств от туризма и расходов национальных туристов за пределами своей страны, и получение чистого дохода страны. Как видно, американцы больше всего получили доходов от развития национального туризма, но и больше всего осуществили затрат, выезжая за пределы США. Затраты японцев на зарубежные путешествия были больше, чем доходы от посетителей Страны Восходящего солнца.

Таблица № 1.3.Финансовые результаты туризма в 13 государствах мира за 1997 год, млрд. долларов[5]

Страны	Доход	Расход	Сальдо
США	74, 240	51,220	23,020
Германия	16,840	46,200	-29,360
Япония	4,154	33,041	-28,887
Соединенное Королевство	21,295	27,710	-6,415
Италия	30,427	16,631	13,797
Франция	29,700	16,576	13,124
Китай	12,500	10,166	2,334
Россия	7,107	10,113	-3,006
Польша	8,4	6,9	1,5
Испания	29,585	4,467	25,118
Таиланд	6,392	1,888	4,504
Мексика	7,850	3,892	3,958
Бразилия	2,776	6,583	-3,807

Что касается Узбекистана, то данные здесь различны. По расчетам отдельных экспертов, в 1995 году – в период становления узбекского туризма – условно чистый доход от туризма в республике составил $35 млн.[6]. В настоящее время эта цифра варьируется (по разным оценкам) от $50 млн. до $200 млн.

Нужно сказать, что туризм – это такой же сегмент рыночной системы, как и любая другая отрасль экономики. И поэтому туристскую деятельность необходимо рассматривать как взаимосвязанную структуру факторов спроса и предложения. Что относится к факторам спроса?

[5] Составлена по Tourism Highlights 1999, WTO, Madrid, 2000, p.15-16.

[6] Социально-экономические аспекты комплексного развития туризма в республике. Ташкент. 1996, с.9.

Прежде всего, международные (региональные) и внутренние (национальные) туристские рынки и местные жители, которые наравне с иностранными путешественниками используют туристские достопримечательности, объекты и услуги (поэтому их расходы также необходимо включать в систему дохода туризма).

Факторы же предложения охватывают туристские достопримечательности и виды деятельности, которые привлекают иностранных путешественников (ремесла, музыка и традиции населения), средства размещения и другие туристские объекты и услуги. В данном контексте следует уточнить, что к достопримечательностям эксперты относят «природные, культурные и специальные объекты, такие как тематические парки, зоопарки, ботанические сады и аквариумы; а также виды деятельности, связанные с этими достопримечательностями»[7].

Что касается средств размещения, то, согласно классификации ВТО, к ним относятся гостиницы, мотели, гостевые дома, частные квартиры и другие виды объектов, в которых туристы останавливаются для проживания (ночлега). Категория прочих туристских обьектов и услуг включает в себя организацию туров и путешествий, рестораны, магазины, банковский сектор (обмен валюты и расчеты за товары, услуги), а также медицинские пункты и службы санитарии. К факторам предложения относятся также и другие элементы. Естественно, для того, чтобы объектами и услугами можно было пользоваться, требуется соответствующая инфраструктура. В частности, туристская инфраструктура включает в себя транспорт (воздушный, автодорожный, железнодорожный, водный и т.д.), водо- и электроснабжение, канализацию, удаление твердых отходов и телекоммуникации. Здесь также следует добавить, что в настоящее время многие страны в доктрины развития туризма относят и санитарно-экологический фактор, поскольку обеспечение надлежащей инфраструктуры необходимо также и для охраны окружающей среды. Ведь инфраструктура одновременно помогает поддерживать высокий уровень качества природы, что так необходимо для успешного развития туризма и для жизнеобитания местного населения.

По мнению экспертов, все вышеперечисленные факторы спроса и предложения формируют туристский продукт. В таблице № 1.4 сгруппирована общая оценка десяти экспертов, а показана относительная доля тех или иных факторов узбекистанской рыночной системы. Как видно из нее, в общем туристическом продукте доля спроса международного туризма (то есть иностранных путешественников, путешествующих в Узбекистан) составляет 1/5 часть, тогда как внутреннего (национальных граждан, путешествующих по своей стране) – более 1/3. Остальная часть турпродукта потребляется жителями, проживающими в местности, в

[7] Национальное и региональное планирование туризма, ВТО, Мадрид, 1994. С.4.

которой располагаются эти достопримечательности, объекты туризма и предприятия, оказывающие услуги. Таким образом, туризм в большей степени ориентирован на внутренние нужды местной экономики, чем на удовлетворение потребностей приезжих.

Таблица № 1.4. Рыночная система узбекистанского туризма, или национального продукта (экспертная оценка)

Факторы спроса	Распределение по Узбекистану, %	Факторы предложения	Распределение по Узбекистану, %
Международные рынки	20	Достопримечательности и виды деятельности	30
Внутренние рынки	35	Средства размещения	10
Использование местными жителями туристских достопримечательностей, объектов и услуг	45	Прочие туристские объекты и услуги	15
Итого	100%	Транспорт	10
		Прочие элементы инфраструктуры	15
		Институциональные элементы	20
		Итого	100%

Что касается факторов предложения, то 1/3 в турпродукте составляют достопримечательности, которые являются «изюминкой» страны и привлекают в Узбекистан иностранных и национальных туристов. Было бы странным, если бы туристы приезжали в страну, не имея на это мотивов. Зачастую, такими мотивационными факторами является та или иная особенность (исторической объект, культура, природа и т.д.), и она играет самую первую роль в общей совокупности всех факторов, создающих турпродукт. Средства размещения, транспорт, прочие туристические объекты и элементы инфраструктуры составляют 1/2 всех факторов предложения в узбекском турпродукте. Но следует отметить особенность узбекского туризма – развитие институциональных элементов. Эта специфика в меньшей степени отражена во многих промышленно развитых странах или тех стран, где туризм развивается как выгодная отрасль не одно десятилетие, и имеет устойчивую тенденцию в национальной экономике. Узбекский туризм как рыночная система только формируется, и поэтому на данном этапе доля институциональных элементов весьма значительна. В дальнейшем, когда туризм превратится в такую же устойчивую и эффективную систему рыночных отношений, как любая

другая сфера жизнедеятельности общества, и где механизм будет работать гладко и без сбоев, значение институциональных элементов будет восприниматься обыденно и как само собой разумеющееся, его доля в турпродукте, по мнению экспертов, вряд ли поднимется выше 5%.

Таблица № 1.5. Турпоток и финансовые результаты туризма в 40 странах мира в 1998 году [8]

Страна	Туристский поток, млн. чел.		Финансовые результаты	
	Место в мире	Число туристов	Место в мире	Доход, $ млрд.
Франция	1	70	3	29,7
Испания	2	47,7	4	29,5
США	3	47,1	1	74,26
Италия	4	34,8	2	30,4
Соединенное Королевство	5	25,4	5	21,2
Китай	6	24	7	12,5
Мексика	7	19,3	14	7,8
Польша	8	18,8	11	8,4
Канада	9	18,6	9	9,1
Австрия	10	17,2	8	12,1
Германия	11	16,5	6	16,8
Чехия	12	16,3	30	3,5
Россия	13	15,8	16	7,1
Венгрия	14	14,6	39	2,5
Португалия	15	11,8	24	4,7
Греция	16	11,07	26	3,9
Швейцария	17	11,02	13	8,2
Гонконг, Китай	18	9,6	15	7,1
Турция	19	9,2	12	8,3
Таиланд	20	7,7	18	6,3
Малайзия	21	6,85	31	3,36
Нидерланды	22	6,17	19	5,74
Бельгия	23	6.15	21	5,37
Ирландия	24	6,07	35	3,15
Южная Африка	25	5,98	-	-
Сингапур	26	5.6	17	6,50
Индонезия	27	4,9	23	5,13
Аргентина	28	4,85	22	5,36
Тунис	29	4,7		
Республика Корея	30	4,25	20	5,70
Хорватия	31	4,2	37	2,74
Япония	32	4,1	25	4,15
Австралия	33	4,01	10	8,57
Египет	34	3,76	27	3,83
Саудовская Аравия	35	3,70	-	-
Макао	36	3,59	32	3,30
Пуэрто-Рико	37	3,25	-	-
Марокко	38	3,23	-	-
Бразилия	39	3,13	36	2,77
Румыния	40	3,07	-	-
Итого по 40 государствам		**538,57**		**388,66**
Всего по миру		**625,23**		**444,74**

[8] Источник: Tourism Highlights, 1999, p.14-15.

Но остановимся на определении специфики нституциональных элементов, которые в настоящее время формируются и определяют рыночную экономику узбекистанского туризма. К ним можно отнести следующее:

Прежде всего, это наличие организационных структур, которые проводят политику в сфере туризма. В нашей республике таким координатором и регулятором выступает Национальная компания «Узбектуризм», которая обладает правами национальной туристской организации или правительственного органа. С другой стороны, рыночная система была бы неполной, если бы не существовали иные структуры, зачастую негосударственного значения, которые также активно участвуют в выработке общей политики в туризме. Например, к таким структурам можно отнести созданную в 1998 году Ассоциацию частных туристических организаций Узбекистана, Ассоциацию путешественников «Рабат Малик» и Ассоциацию гостиничных домов Бухары (на правах ННО).

Во-вторых, это функционирование законодательства и правил, относящихся к туризму. Здесь необходимо уточнить, что к ним относятся не только принятый парламентом в августе 1999 года Закон о туризме в Республике Узбекистан, постановления Кабинета Министров и Указы Президента, но и механизмы стандартизации услуг (например, гостиничных хозяйств) и сертификации туристской деятельности (для турагентов и туроператоров, автохозяйств, гостиниц и частных домов).

В-третьих, обязательным атрибутом институциональных элементов являются программы образования и профессиональной подготовки и учебные заведения для подготовки квалифицированных кадров для сектора туризма. В Узбекистане функционирует факультет по подготовке менеджеров туризма в Ташкентском государственном экономическом университете, также существует сеть вузов, где готовятся переводчики, специалисты общественного питания, а также узбекско-турецкий лицей гостиничного хозяйства. На базе Ташкентского регионального отделения НК «Узбектуризм» уже несколько лет действуют учебные курсы для работников частного сектора туризма.

В-четвертых, конечно наличие финансовых средств для развития туристских достопримечательностей, объектов, услуг и инфраструктуры, а также механизмы привлечения инвестиций являются необходимым фактором развития этого сектора экономики. В настоящее время в Узбекистане сформирована система государственной поддержки малого и среднего бизнеса и привлечения иностранного капитала. Достаточно вспомнить, какие льготы предоставляется туристическим фирмам в области налогообложения и уплаты таможенных платежей, кредита и улучшения хозяйственной деятельности.

В-пятых, необходима разработка маркетинговой стратегии и программ продвижения туризма, нацеленных на информирование международных и внутренних туристов об Узбекистане или его регионах, и на стимулирование посещения достопримечательностей. Здесь требуется комплексный подход, ведь даже отдельным, пускай крупным туроператорам очень сложно продвигать национальный турпродукт на внешних рынках, где конкуренция между странами весьма высока. Согласно социологическим опросам, более 90% руководителей узбекистанских турпредприятий считают, что без поддержки государства такое продвижение малоэффективно. В этой связи возрастает роль зарубежных представительств НК «Узбектуризм» в рекламе страны и продаже узбекского турпродукта. Кроме того, в этом заинтересованы и другие, смежные с туризмом отрасли, например, транспорт. Известно, что с 1999 года существует объединенный турпродукт НК «Узбектуризм» и национальной авиакомпании «Узбекистон хаво йуллари», который на 40% дешевле аналогичных иностранных турпродуктов.

В-шестых, большую роль в развитии международного туризма играет упрощение туристских формальностей, включая визовые требования. Если для узбекистанцев форма получения разрешения на выезд в местном управлении внутренних дел упрощенна, то для иностранцев такая процедура осложняется регистрацией, выполнением таможенных формальностей. Стоит вспомнить, что еще в 1994 году Указом Президента Узбекистана И.Каримова было установлено: «Упростить порядок выезда за границу граждан Республики Узбекистан. Считать, что основанием для выезда за границу является заявление выезжающего и въездная виза соответствующего иностранного государства».

В-седьмых, институциональные элементы также включают в себя методы усиления и распределения экономических выгод туризма, меры по охране окружающей среды, смягчению отрицательных социальных последствий и сохранению культурного наследия населения, проживающего в туристских районах. Между тем, до настоящего времени в статистических органах не применяются показатели, реально отражающие вклад туризма в экономику, нет даже точных цифр посещений в Узбекистан, а также путешествий внутренних туристов. Например, учет движения посетителей по таможенной статистики не всегда ведет к реальной оценке, так как таможня регистрирует в основном экономических агентов, то есть тех, кто декларирует материальные ценности на границе. На железнодорожном пути сообщения нет пограничников, которые бы регистрировали иностранных посетителей по визам. Очень сложно также определиться, сколько людей занято в сфере туризма (прямо и косвенно).

Туризм, как взаимосвязанная рыночная система, должен развиваться на комплексной основе – развитии всех его частей (факторов спроса и предложения). Эта система будет функционировать намного эффективнее и принесет желаемые выгоды, если институциональные элементы как смазка обеспечат движение всех частей туристического механизма.

Несмотря на то, что все эксперты уверены в эффективности деятельности туристической отрасли, порой бывает трудно измерить ее вклад в развитие национальной экономики. Всемирная туристская организация разработала Стандартную международную классификацию видов деятельности в туризме, на основании которой вполне возможно произвести подобные расчеты, но при этом необходимо учитывать, что не всегда удается получить базовые показатели. Стандартными индикаторами[9] являются, прежде всего:

- **Произведенный доход туризма (Profit of tourism - PT) и доля этого сектора (share of sector - SS) в валовом национальном продукте (Gross national product - GNP).** Если рассматривать этот показатель в отношении Национальной компании «Узбектуризм», то ее удельный вес не превышает 1% ВВП страны, однако предприятия, входящие в систему «Узбектуризма», являются всего лишь небольшой частью всей туристской инфраструктуры. Между тем, этот показатель указывает на относительное значение туризма в экономике в целом, и демонстрирует внимание правительства к ее развитию. Например, на Кипре туризм создает до 25% ВНП, в Андорре туризм – основной источник доходов (в стране обслуживается свыше 12 млн. человек ежегодно). Не будем затрагивать масштабы туристской индустрии в развитых странах, а приведем данные по влиянию туризма на островные государства и территории[10]:

- на островах Тёркс и Кайкос из 13 тыс. жителей 2 тыс. заняты в обслуживании туристов,

- на островах государства Фиджи туризм приносит 12% ВВП,

- на острове Сент-Люсия доходы туризма достигают 30% ВВП,

- на островах государства Сент-Винсент и Гренадины этот показатель равен 20% ВВП;

- туризм на Ангилья составляет 29% ВВП, расходы туристов ежегодно составляют более 70 млн. восточно-карибских долларов, а страну посещает около 70 тыс. человек ежегодно;

- экономика Антигуа и Барбуды ориентирована на туризм, который обеспечивает 60% ВВП, 70% занятости и почти 70% валютных поступлений;

[9] Национальное и региональное планирование туризма. ВТО, 1994, Мадрид, с.35.

[10] Страны мира. Краткий политико-экономический справочник. Panprint Publishers, 1996.

- на Антильских (Нидерландских) островах в обслуживании туристов занято 28% населения, только в середине 80-х годов доходы от этой сферы экономики составили около 400 млн. долларов, а острова посетило более 1,5 млн. человек;

- остров Аомынь известен своим казино, ночными клубами, ипподромом, игорными домами (которые дают 40% поступлений в городской бюджет), что привлекает ежегодно свыше 5 млн. туристов, а туристская отрасль приносит до 27% ВВП;

- туризм на Сейшельских островах приносил к началу 90-х годов свыше 100 млн. долларов дохода;

- на острове Аруба (владение Нидерландов) туризм приносит свыше 200 млн. долларов, а ежегодно сюда прибывает свыше 300 тыс. человек;

- на Багамских островах туризм обеспечивает работой 76% рабочей силы и дает 50% национального дохода;

- до воссоединения с континентальным Китаем туристическая отрасль Гонконга приносила свыше 40 млрд. гонконгских долларов, принимая свыше 6 млн. человек;

- на острове Монтсеррат туризм создает 25% ВВП, страну ежегодно посещает около 40 тыс. туристов, поступления достигают $12-15 млн.;

- туризм на Виргинских островах (владении США) является средством для существования для трети населения, эту территорию посещает свыше 1,5 млн. туристов, принося доход в $510 млн.;

- основа экономики Виргинских (Британских) островов – обслуживание иностранных туристов, которое обеспечивает работой 20% экономически активного населения, поступления от этой деятельности в середине 80-х годов достигали $125 млн., а число туристов – 245 тыс. человек;

- на островах Гваделупы в обслуживании 350 тыс. иностранных туристов занято 9% населения;

- на островном государстве Барбадос туризм создает 15% ВВП;

- на островном государстве Доминика в туризме занято 20% населения;

- основой экономики острова Гуам является туризм, расходы туристов составляют свыше 500 млн. долларов, численность посетителей достигает 600 тыс. человек (из них 85% - японцы);

- из $1262 млн. ВВП Бермудских островов на туризм приходится $441 млн. и около 60% валютных поступлений, в обслуживании туристов прямо или косвенно занято около 70% самодеятельного населения, а численность туристов составляет 600 тыс. человек (существует квота на въезд посетителей).

Как видно из вышесказанного, зачастую именно эта сфера создает материальные блага для населения и обеспечивает экономическое

развитие государства. По мнению эксперта Ч.Хусанова, между доходами от туризма и валовым внутренним продуктом существует прямая связь. По его рассчетам, в США в 1994-2003 годах коэффициент корреляции составлял 0,55, что показывает значительную связь между двумя показателями. Во Франции, соответственно, 0,76, в Испании – 0,80 и Италии – 0,93[11].

Общий (упрощенный) показатель доли туризма в национальной экономике рассчитывается следующим образом:

$SS_i = \frac{PT}{GNP} \times 100\%$ К сожалению, по настоящее время услуги туризма не выделены особой строкой в статистике национальных счетов. Между тем, известно, что совместно с услугами авиационного и железнодорожного транспорта туристская индустрия в 1999 году занимала в структуре экспорта 9,5%, а импорта – 8,7% от общего объема. Имеются данные о динамике услуг, предоставленных только туристскими организациями, имеющими лицензию от Национальной компании «Узбектуризм». Как видно из таблицы № 1.6, темп роста за девять лет в объеме услуг составил в 11,1 раз (без индексации на инфляцию), а экспорте услуг – в 1,93 раза.

Таблица № 1.6. Тенденции туристской отрасли Узбекистана за 1996-2004 годы

Показатели/ Период	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Всего услуг, млрд. сум	1,77	3,65	4,69	5,304	6,88	10,1	15,7	17,5	17,9	39,8
Прибыль, млн. сум	399,1	544,5	382,3	517,6	443,0	1111,8	-166,5	150,61	-258,7	566,1
Экспорт услуг, млн. $ США	14,49	33,77	20,98	25,43	27,13	22,66	21,54	23,58	28,02	28,0

Интересные данные получены Центром экспертных оценок «Транс-Азия» в отношении развития туризма в Центральной Азии. Так, на вопросы «Насколько эффективно используется туристский потенциал вашей страны национальными и иностранными туристами?» были получены следующие ответы экспертов по десятибальной системе: национальными туристами наиболее эффективно использовался в Узбекистане, а зарубежными – в Туркменистане (таблица № 1.7).

[11] Хусанов Ч. Указ. Соч., с.10-11.

Таблица № 1.7. Мнения респондентов по использованию потенциальных возможностей туризма Центральной Азии (средние величины)[12]

Государства	Использование потенциальных возможностей страны туристами	
	Национальными	Иностранными
Республика Казахстан	6	4
Кыргызская Республика	3	3
Республика Таджикистан	4	1
Туркменистан	5	7
Республика Узбекистан	7	5

Кстати, в Манильской декларации по мировому туризму (1980 г.) отмечается, что «доля туризма в национальной экономике и международной торговле превратила его в важный показатель мирового развития. Его постоянная роль в национальной экономической деятельности и в международном обмене и его влияние на выравнивание баланса внешней торговли превращают его в одну из отраслей мировой экономической деятельности»[13].

Несомненно, в рамках одной страны туризм способствует более сбалансированному положению народного хозяйства благодаря перераспределению национального дохода, более глубокому осознанию общности интересов и развитию видов хозяйственной деятельности, благоприятных для экономики страны в целом. Таким образом, развитие иностранного туризма должно сопровождаться аналогичными усилиями по развитию внутреннего туризма. Ведь по некоторым расчетам, в Узбекистане на одного иностранного туриста приходится 8-12 внутренних туристов, которые пользуются теми же услугами и генерируют занятость населения, вносят вклад в доходную часть регионального бюджета.

- **Приток иностранной валюты за счет туризма**. По мнению экспертов ВТО, этот показатель включает в себя расчеты как валовых доходов (Grosse income - GI) в иностранной валюте (или общая сумма расходов иностранных туристов), так и чистые доходы (Net income - NI) в иностранной валюте, то есть сумма денег, которая остается в стране за вычетом коэффициента утечки валюты. Эта утечка (drain of currency - DC) представляет собой сумму иностранной валюты, расходуемую на

[12] В общей сложности за период с октябрь 2000 по февраль 2001 года было опрошено 320 экспертов из пяти республик Центральной Азии.

[13] Международные туристские организации. Справочник, Москва, Международные отношения, 1990, с 2[illegible]6.

импорт товаров и услуг, используемых в туризме, в частности, продукты питания, гостиничное оборудование, транспортные средства и поставки материалов, а также экспатриации окладов иностранным работникам и прибылей объектов, находящихся в иностранном владении. Сюда же включаются и выплаты иностранным компаниям, управляющим гостиницами. Формула следующая:

NI = GI - DC

На региональном уровне можно рассчитывать валовые и чистые поступления, заработанные из источников вне соответствующего региона.

- **Создание рабочих мест.** Подсчет привлечения трудовых ресурсов за счет туристической деятельности необходимо по четырем категориям:

Прямая занятость – лица, работающие непосредственно на туристических предприятиях, как, например, гостиницы, рестораны, магазины для туристов, а также туристические агентства и бюро путешествий.

Косвенная занятость – рабочие места, созданные в поставляющих секторах, как, например, сельское хозяйство, рыболовство и промышленность.

Генерированная занятость – дополнительные рабочие места, поддерживаемые благодаря расходованию доходов, которые получают работники прямой и косвенной занятости.

Занятость в строительстве – рабочие места, создаваемые при строительстве туристской инфраструктуры (это – обычно временное явление, но может быть и долговременным в местах, где туризм развивается непрерывно).

Таблица № 1.8. Занятость населения в туристической сфере в государствах Центральной Азии, мнения национальных экспертов, %

	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Туркменистан
Всего	**100**	**100**	**100**	**100**
Прямая занятость	10	30	25	40
Косвенная занятость	50	30	40	20
Генерированная занятость	30	30	25	25
Занятость в строительстве	10	10	10	15

По мнению узбекских экспертов (см. таблицу № 1.8), наиболее динамично развивается туризм в их стране. Так, на одного работника, занятого непосредственно в туристическом бизнесе (фирме, гостинице, транспорте), приходится пять человек, занятых в этой сфере косвенно

(ресторанщики, фермеры, жилищно-коммунальное хозяйство, таксисты), три человека – генерированной занятости (банки, страховые учреждения, полиция, пожарники, врачи) и один человек, работающий в сфере строительства (турбазы, кемпингов, автозаправок, объектов питания и пр.), или 1:5:3:1. В Казахстане это соотношение составило, соответственно, 1:1:1:0,3, Кыргызстане – 1:1,6:1:0,4, Туркменистане – 1:0,5:0,6:0,3. Как видно из этого, в Туркменистане в туризме занято большее число работников (в 1,6 раза больше, чем в Кыргызстане, в 1,3 – чем Казахстане, в 4 раза – чем Узбекистане), которые непосредственно обслуживают туристов, но в то же время в эту сферу среднем в два раза меньше привлекаются трудовые ресурсы, которые могли бы получать косвенные доходы от этой своего участия в туристской экономике.

- **Эффект мультипликации** – это, по утверждению зарубежных экспертов, относится к стимулу, который оказывает на экономику внешний источник доходов. Он представляет собой число раундов, которые совершают в местной экономике первичные туристские расходы. На основе этого показателя измеряется, каким образом туристские расходы просачиваются через экономику и генерируют другие виды экономической деятельности.

- **Вклад в государственные доходы** включает в себя:
  - гостиничные и другие разновидности туристских сборов;
  - аэропортовые сборы,
  - таможенные пошлины на импортные товары, используемые в секторе туризма;
  - подоходные налоги с туристских предприятий и их сотрудников;
  - а также налоги на недвижимое имущество туристских объектов.

Между тем, эксперты указывают на еще одно преимущество туризма, которое иногда трудно измерить в количественном выражении: этот сектор помогает обосновывать создание и субсидирование транспортных объектов и предприятий сферы услуг, а также иные элементы инфраструктуры, которыми пользуются не только путешественники, но и все общество в целом. Поэтому туризм весьма выгоден тем, что может служить катализатором для развития других секторов экономики.

Одновременно стоит уточнить, что если развитие туризма тщательно не контролировать, то могут возникнуть определенные экономические проблемы. Скажем, экономические выгоды могут значительно уменьшиться, если в этой сфере высока доля импортных товаров и услуг, или многими туристскими объектами владеют и управляют иностранные компании. При таком положении сокращаются чистые доходы и поступления в иностранной валюте от туризма, а это может привести к возникновению неприязни у населения соответствующего туристского района. Однако некоторые типы развития туризма практически обречены

на владение и управление иностранными организациями, скажем, транснациональными корпорациями на узбекистанские гостиничные комплексы. По мнению экспертов, это может быть особенно верно на начальных этапах развития, когда местный капитал и управленческий потенциал ограничены.

В экономике малых островных государств (скажем, Тринидад и Тобаго), в которых производятся лишь небольшие объемы местных продуктов, бывает сложно резко сократить долю импорта в туризме. Однако, обеспечение занятости и произведение услуг обычно все равно оправдывают инвестиции в туризм.

Кроме того, экономические искажения могут принять географический характер, если туризм сосредоточивается только в одном или немногих регионах какой-либо страны или региона без соответствующего развития в других местах. К примеру, по расчетам частных исследователей, основные исторические зоны Узбекистана, которые в настоящее время используются для иностранного туризма, сосредоточены на 3-5% территории страны, в то время как остальная часть не вовлечена в туристический бизнес. Между тем, каждый отдельный регион республики (район, город) располагает достопримечательностью, которая может быть востребована иностранными посетителями (паломничество, приключенческий, деревенский, специализированный, спортивный туризм и пр.).

Искажения также могут возникнуть в плане занятости, если туризм привлекает слишком много работников из других секторов экономики в связи с более высокими заработками и лучшими условиями работы. Эксперты предупреждают, что в быстро развивающихся туристских зонах возможен процесс инфляции и роста цен на землю, удорожание определенных товаров и услуг. Это, естественно, ложится финансовым бременем на местное население. Так, согласно опросу жителей Бухары, проведенного частным экспертом Олимом Гулямовым, 64% респондентов уверены, что доходы у занятых в обслуживании иностранных туристов значительно выше, чем у тех, кто работает в промышленном или сельскохозяйственном производстве. Такой стереотип у них сложился в связи с имеющимся мнением, что турфирмы получают прямой доступ к валюте. Но при этом опрошенные проявили полное незнание того, что согласно действующему законодательству оплата за услуги иностранными туристами (как нерезидентов Узбекистана) производится в валюте, а также от обязанности туроператора продать государству 50% своей валютной выручки. В то же время некоторые частные предприниматели, сдающие свои квартиры и дома в наем, взвинчивают цены на услуги жилья для внутренних туристов, мотивируя сложившимися на местном рынке высокими ценами для иностранных посетителей.

Международные эксперты уже разработали ряд методов, которые прямо или косвенно способствуют усилению экономических выгод туризма. Это, с одной стороны, позволяет полнее использовать внутренние ресурсы рынка, а с другой, предотвращать или смягчать потенциальные проблемы.

Прежде всего, необходимо укреплять и развивать связи между туризмом и другими секторами экономики. Благодаря этому сокращается доля импорта, которая потребляется в туристской индустрии, в то же время возрастает местная занятость (косвенная и генерированная) и доходы от туризма. Скажем, за счет подключения к туризму предприятий, перерабатывающих сельхозпродукты, возможно обеспечение иностранных посетителей местными продуктами питания. Правда, здесь необходимо придерживаться высоких стандартов качества, предъявляемых к пищевым изделиям. Кроме того, туристскую индустрию следует стимулировать использовать больше местных товаров в ежедневном производственном процессе. В процессе строительства и эксплуатации гостиниц и других объектов туристской инфраструктуры необходимо использование строительных и отделочных материалов, произведенных местной промышленностью.

По оценкам экспертов, региональная туриндустрия Центральной Азии в сфере международного бизнеса на 15% зависит от деятельности авиационного транспорта и его инфраструктуры (аэропортов), на 10% - автомобильного и железнодорожного (а также состояния дорог), 20% - коммунальных (в том числе удаление отходов) и энергетических служб, 10% - сельского хозяйства, 5% - служб правоохранительного и визового контроля, 8% - промышленного производства (в том числе кустарно-ремесленного хозяйства) и на 32% - прочих отраслей[14]. Поэтому чем теснее коэффициент связей между отраслями, тем эффективнее хозяйственная деятельность туристической сферы.

Для того, чтобы удерживать больше прибылей от туризма, эксперты ВТО предлагают государствам стимулировать владение и использование туристских объектов местными юридическими и физическими лицами. Это возможно сделать следующими способами: предоставлять инвестиционные стимулы для национального бизнеса, организуя акционерные общества, при которых часть акций будет реализована населению, создавать совместные, а также малые и средние предприятия. При этом эксперты неоднозначно подходят к привлечению иностранного капитала в национальный туризм. Дело в том, что передача крупных гостиниц в управление транснациональным корпорациям (в частности, гостиничным цепям) ведет к потере странами части доходов. Кроме того,

[14] Расчеты казахстанских экспертов центра «Транс-Азия», выполнявших исследования пор гранту европейских туроператоров в 1999-2000 годах.

иностранные предприятия могут подавлять местные туристические объекты при обслуживании зарубежных (а порой и местных) посетителей. В то же время это позволяет обеспечить профессиональное управление, международный маркетинг и бронирование мест. Поэтому эксперты рекомендуют допускать иностранное владение туристским объектом в том случае, если местный капитал ограничен, но в последующем по мере появления средств следует выкупать предприятия из собственности иностранных компаний.

Кстати, решение о допуске транснационального менеджмента в Узбекистане принимается на правительственном уровне. Стоит вспомнить мартовское 2001 года постановление Кабинета Министров республики о передаче на менеджмент гостиниц «Афросияб» и «Новая Бухара» немецким туроператорам. Ранее подобные решения имелись в отношении гостиниц «Шодлик-Палас» и «Шератон-Ташкент». Что касается гостиниц «Буми» (бывшее «Ле-Мередиан») и «Интерконтиненталь», то они с самого начала находились во владении международных корпораций. В то же время стоит привести мнение, сложившееся у экспертов, что доля иностранного капитала в национальном туризме Узбекистана должна в настоящее время составлять не менее 35%. Только с таким объемом возможно обеспечить эффективное развитие рынка, создать конкурентную среду, что в итоге обеспечит равномерный турпоток в республику и загрузку туристских мощностей. Не стоит также забывать, что в мире уже сложились крупные и средние туристские центры, а «железный занавес», который окружал Узбекистан в течение 70 лет, не позволял стране интегрироваться в мировой туризм в качестве равноправного и сильного участника. Поэтому в настоящее время своими силами узбекским туроператорам весьма трудно пробиваться на рынки, и тем более переориентировать мировые потоки на новые маршруты. В этой связи иностранное участие (в том числе и в системе гостиничных цепей) может способствовать закреплению республики на региональных и мировых рынках, повысить международный статус государства.

Следует стимулировать местную занятость в сфере туризма путем надлежащей профессиональной подготовки кадров. В Узбекистане уже существует подобная учебная база, в частности, в Ташкентском государственном экономическом университете, Самаркандском институте бизнеса и туризма, колледжах туризма и гостиничного хозяйства, курсах Учебного центра Национальной компании «Узбектуризм», а также в смежных вузах и сузах (языковедческих, строительных факультетах, отделениях общественного питания, автомобильного хозяйства и прочих). Эксперты ВТО предлагают проводить профессиональную подготовку на уровнях среднего и старшего руководства, чтобы в конечном счете эти должности занимали местные жители.

Еще один путь получения экономических выгод – это увеличение туристских расходов, но не за счет увеличения стоимости турпродукта, а оказания дополнительных услуг. Кстати, по некоторым расчетам, допуслуги занимают до 30-40% всех общих затрат иностранных посетителей и 15-20% - внутренних. В Узбекистане, по мнению некоторых экспертов НК «Узбектуризм», этот показатель составляет 6-8%.

Кроме того, во многих местах можно создавать больше возможностей для покупок, особенно местных предметов искусства и изделий народных промыслов. Нужно отметить, что эта форма уже нашла применение в узбекской системе гостеприимства. Другое дело – необходимость расширения туристских видов деятельности, например, организация праздничных шествий, демонстрация народных обычаев (свадьбы), то есть тех познавательных развлечений и туров, благодаря которым туристам захочется продлить свое пребывание. Обогащение и диверсификация туристского продукта в настоящее время становятся важным аспектом расширения и повышения качества туризма во многих уже развитых туристских районах Узбекистана.

Таблица № 1.9. Что необходимо сделать в первую очередь для развития туристской индустрии (экспертная оценка, возможен один ответ, %)

Направление деятельности	Национальные эксперты	
	Узбекистан	Казахстан
Принять новые законы и разработать новые нормативные документы в области туризма	5	3
Предоставить новые, более эффективные льготы в налогообложении и таможенном оформлении для предприятий, работающих в сфере туризма	8	4
Предоставлять льготные банковские и иные кредиты для туристских предприятий	8	2
Более активно привлекать иностранные инвестиции в сферу туризма	22	12
Совершенствовать действующую туристскую инфраструктуру (гостиницы, рестораны, автотранспорт), поддерживать на уровне объекты, представляющие интерес для туристов (памятники, музеи, природный ландшафт и пр.)	25	22
Совершенствовать работу предприятий, которые косвенно обслуживают туристскую инфраструктуру (МИД, МВД, коммунальное хозяйство, энергообеспечение, теплотрасса, сельское хозяйство и пр.)	7	23
Расширение географии транспортных сообщений (авиационное, авто- и железнодорожное)	8	31
Либерализация режима въезда в страну и упрощение формальностей	10	1
Решение проблемы с конвертацией валют	4	0
Создать Свободную экономическую зону по международному туризму	3	2

Как видно из таблицы № 1.9, подходы к развитию туризма у узбекских и казахстанских экспертов несколько отличаются, хотя обе стороны заинтересованы в совместной «эксплуатации» марки Великого шелкового пути – турпродукта, который ныне реализуется на крупных мировых туристских рынках. Дело в том, что у республик несколько иная политика в сфере туризма и различная материально-техническая база, география туризма. Если казахские эксперты считают основным направлением в туризме – это расширение транспортного сообщения с ближним и дальним зарубежьем, то узбекские эксперты во главу угла ставят проблемы совершенствования туристской инфраструктуры и привлечение иностранных инвестиций. Существенная разница у экспертов в вопросах совершенствования работы предприятий, косвенно обслуживающих туризм, и либерализации режима въезда-выезда в страну.

Развивая туризм на постоянной основе, зачастую можно смягчить проблемы роста цен на услуги и товары, а также собственность благодаря тому, что у экономики появляется больше времени для адаптации к новым рыночным условиям. Более того, это способствует и приспособлению местного населения к новым реалиям, и получать выгоды каждому жителю от участия в туристской деятельности.

В какой-либо стране один или более из этих видов деятельности может иметь достаточное значение для выделения в качестве отраслевой специализации туризма. Например, в таблице № 1.10 приведены данные по выезду узбекских граждан по целям, одновременно дана информация о половозрастном цензе и образовании. Как видно из этого, подавляющая часть – около 65% приходится на возраст от 25-44 года, это свидетельствует о том, что турфирмам необходимо подготавливать большинство предложений для этого возраста. В азиатские страны 55% направлялось женщин, что должно ориентировать экспертов-разработчиков на гендерные программы. Более того, почти 90% туристского спроса шло на познавательные цели, тогда как на деловые и религиозные – чуть более 10%.

Между тем, необходимо определять продолжительность пребывания или поездки путешественников, поскольку это является важным статистическим показателем, так как помимо того, что это – наиболее значительная мера измерения объема любого вида туризма, она играет важнейшую роль при определении максимального предела, после которого посещение более не считается туристским посещением (один год). Это также важно для проведения различий между туристами и однодневными посетителями.

Более того, продолжительность пребывания или поездки также полезны, хотя и косвенно, для оценки туристских расходов, особенно если средняя продолжительность подсчитывается в отношении однородных групп посетителей или поездок.

Таблица № 1.10. Выборочные данные по обслуживанию узбекских туристов, выезжающих за рубеж [15]

Страна	Пол		Возраст, лет					Образование			Цель		
	Жен.	Муж.	0-14	15-24	25-44	45-64	65 и старше	среднее	среднее-спец.	высшее	познавательн.	деловая	религиоз
Всего	454	370	13	90	534	174	13	282	301	241	740	55	29
ОАЭ	137	115	5	17	167	61	2	78	80	94	230	11	11
Иран	49	82	3	15	96	14	3	49	54	28	100	20	11
Сирия	41	28	1	8	45	15		39	20	10	64	3	2
Таиланд	21	21		12	25	4	1	8	6	28	40	2	
Малайзия	7	5		5	5	2		6	3	3	10	1	1
Турция	19	8		4	17	6		2	8	17	18	8	1
Прочие страны	180	11	4	29	179	72	7	100	130	61	256	32	3

Продолжительность посещения (пребывания или поездки) измеряется в следующих единицах:

- количество часов – в отношении однодневных посещений;
- ночевок – в отношении посещений пребываний.

Что касается международного туризма (см. таблицу № 1.11), продолжительность измеряется временем, проведенном в принимающей стране (въездной туризм), или временем, проведенном вне обычного места жительства (выездной туризм).

Таблица № 1.11. Прогноз динамики показателей международного туризма 1995-2010 гг.[16]

Показатель	1995	2000	2005	2010
Турпоездки, млн	535	632	782	964
Ночевки, млн.	4571	5518	6903	8654
Расходы на туризм, млрд. долларов	393	516	686	922

Как видно из таблицы № 1.11, количество ночевок в мире за 15 лет возрастет в 1,89 раза, что свидетельствует о значимой доли туристов, желающих пробыть в стране посещения более суток. «Продолжительность пребывания» является мерой, которая используется с точки зрения принимающей страны или места, в то время как «продолжительность поездки», по той же логике, мерой,

[15] По исследованиям отдела маркетинга НК «Узбектуризм», проведенного в 1998 году.
[16] ITG Russia, 1998, № 3.

используемой страной или местом выезда. Добавим, что продолжительность пребывания или поездки является интересной статистической переменной для классификации туристских поездок в целом, и в частности поездок, связанных с досугом и отдыхом. В то же время, по данным эксперта Обиджона Хамидова, «в зависимости от продолжительности путешествия предпочтение отдается 1-3-дневным турам...: Однако данная величина является слишком низкой для такого региона, как Узбекистан, обладающего уникальным туристическим потенциалом»[17]. В свою очередь эксперт Ч.Хусанов, проанализировав материалы за 1993-2004 годы, пришел к выводу, что среднее время проживания туристов из стран СНГ составляет 4-5 дней, а из дальнего зарубежья – 3 дня[18].

Между тем, имеются другие данные, полученные в результате статистического исследования. Как видно из таблицы № 1.12, значительная часть туристов – это 39,5% опрошенных - прибыла в Узбекистан сроком от 1 до 7 дней/ночей, 12% прибыли с однодневным визитом, 6,5% - от 2-х недель до месяца. Исходя из этих данных, можно планировать загрузочные мощности туристских комплексов и автотранспорта.

Таблица № 1.12. Выборочный опрос туристов, покидавших Ташкент, май 1998 год [19]

Категория	Мужчины	Женщины	Всего
Без ночевки	4	20	24
1-3 ночевки	9	30	39
4-7 ночевок	20	20	40
8-14 ночевок	5	5	10
15-28 ночевок	13	0	13
29-56 ночевок	14	5	19
57-91 ночевка	17	10	27
92 или более	8	0	8
Отсутствие ответа	10	10	20
Итого опрошено	**100**	**100**	**200**

Что касается въездного туризма, то необходимо классифицировать посетителей по стране местожительства, а не национальности. Именно

[17] Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ташкент, 2006. с.12.

[18] Хусанов Ч. Указ. Соч., с.12.

[19] Опрос проводился отделом маркетинга НК «Узбектуризм» в аэропорту «Ташкент», железнодорожном вокзале «Центральный» и автовокзалах, было опрошено 200 человек.

в стране обычного местожительства принимается решение совершить путешествие и начинается поездка. Так, согласно социологическим опросам экспертной группы «Пирамида+», проведенным в июне 2000 года среди иностранных туристов, 78% респондентов отметили, что принимали решение о поездке в Узбекистан дома, в кругу семьи, 12% - находясь в другой стране.

Страна обычного местожительства является также критерием для определения того, является ли прибывающее в Узбекистан лицо посетителем или нет; и если это лицо является посетителем, то является ли оно национальным или иностранным жителем. Так, 10% опрошенных были гражданами Узбекистана, постоянно проживавших в иных государствах.

Такая же классификация стран и территорий должна использоваться для определения местожительства и пункта назначения выезжающего туриста. Что касается международных посетителей, помимо страны местожительства, может представлять интерес сбор данных о стране национальности. Во многих случаях национальность (или отношение к религии) представляет ценность для исследования рынка.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: валовой внутренний продукт, прибыль, сектор туризма, мультипликативный эффект, объем путешествий, география туров, туристская индустрия, рынок занятости, доходы, социальный статус.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Каково значение туризма в создании валового национального продукта?
2. Какие тенденции наблюдаются в сфере туризма Узбекистана и зарубежных стран?
3. Количество ночевок туристов наблюдается в Узбекистане?
4. Что генерирует туризм в экономике страны?

1.3. ОЦЕНКА И РАСЧЕТЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ

Национальную модель туризма, несмотря на то, что она отражает качественные характеристики отрасли, можно представить в числовом значении. Следует при этом отметить, что это динамичная система, она представляет ситуацию не в статике, а в развитии. То есть, если изменился какой-то фактор/показатель, то это сразу же сказывается в общей оценке, что, в свою очередь, влияет на модель. Предполагается, что модель можно рассчитывать ежегодно, меньший временной период - квартал или полугодие - не позволяют эффективно оценить текущую

ситуацию, например, правительство может изменить закон, а последствия такого изменения проявятся через полгода.

В таблице № 1.13 предлагается оценка модели по нескольким важным показателям – общая ситуация в туризме, ресурсы, сопутствующая инфраструктура. Безусловно, можно этот список расширить. Хочется добавить, что представленная схема не несет статистической нагрузки. Это экспертное мнение (заключение) по ситуации, связанной с состоянием и развитием туристской индустрии.

Оценка проводится единовременно с привлечением специалистов в области туризма, это:

- работники национальной туристской администрации;
- сотрудники туристских фирм (операторы и агентства);
- сотрудники предприятий инфраструктуры (гостиниц, транспорта, питания, досуга, музеев и пр.);
- ученые и эксперты, занимающиеся туризмом (историки, экономисты, юристы, социологи, международники);
- сотрудники министерств и ведомств, связанных с обслуживанием туризма (МВД, МИД, энергетика, коммунальное хозяйство, торговля, банки и финансы и др.);
- преподаватели учебных заведений, специализирующихся на подготовке кадров для туристской сферы;
- представители неправительственных организаций (ассоциаций, союзов).

Чем квалифицированнее будут представители, тем, конечно, точнее окажется оценка модели. Вначале рассматриваются отдельные индикаторы и их оценка ведется по десятибалльной системе: 0 – низкий уровень показателя, 10 – высокий уровень показателя, промежуточные цифры характеризуют состояние модели от неэффективной к эффективной (плохого - хорошему). Затем все суммируется и делится на число индикаторов – так вычисляется средний показатель по среднеарифметической простой формуле:

$\widetilde{X} = \frac{\sum X}{n}$ Этот средний показатель и будет характеризовать модель. Чем выше цифра, тем лучше состояние модели.

Что необходимо рассматривать, чтобы рассчитать модель? Текущую ситуацию в туризме, которая характеризуется наличием всех элементов.

Прежде всего, это **политико-правовые аспекты** функционирования туризма. Здесь экспертам следует высказать свое мнение о наличии и качестве законодательства и нормативной базы, регулирующей туризм, насколько сложны или просты туристские формальности (визы, таможня, пограничный/полицейский и медицинский/санитарный контроль, вывоз валюты), как государство проводит политику в сфере

туризма (как лоббируются интересы туризма, как представлен глава туристской отрасли в правительстве). Не менее важна оценка влияния частного сектора (в лице различных ассоциаций) и неправительственных организаций на функционирование туристской отрасли, их авторитет и возможности содействию в разрешении проблем/конфликтов.

Лицензирование и сертификация – этот аспект особо важен, поскольку напрямую связан с определением легального статуса и деятельности. Как сложно/просто их получить, какие барьеры стоят перед турфирмами – все это необходимо отразить в цифровых показателях (повторяю, чем ближе к нулю – тем сложнее, хуже). Также следует рассмотреть состояние, связанное со стандартизацией туруслуг, гостиниц и пр., то есть существуют ли государственные нормативы, нормы в оценке стандартов, как они применяются.

Экономические аспекты отражают наличие и состояние комплекса элементов, регулирующих хозяйственную деятельность субъектов туризма. Конечно, налогообложение – фактор, прямосвязанный с развитием всех предприятий туризма. В Узбекистане существует ряд льгот, которые имеют стимулирующее воздействие. Такая же ситуация связана с таможенными тарифами для предприятий, ввозящих оборудование для собственных производственных нужд. Другое дело, что существуют некоторые проблемы в ввозе/вывозе товаров как для резидентов, так и не резидентов. И все это необходимо отразить в таблице оценок.

Инвестиции (объем) в инфраструктуру туризма (причем как за счет внутренних, так и внешних источников), а значит, определить вообще общеинвестиционный климат в стране. Индикатор "страхование" предполагает рассмотреть страховой бизнес, тарифы, и оценить, насколько развит этот сектор услуг в стране и каковы его возможности оказания помощи национальным туристам за рубежом. Ценообразование – доступны ли услуги туризма для местных и иностранных туристов.

Еще один показатель данного сегмента исследования – это вовлеченность местного населения в туристический процесс. В Узбекистане, например, отмечается тенденция, когда турфирмы используют ресурсы местных территорий/общин, но само население не получает никакой выгоды от этого.

Следующий сегмент – **социальные аспекты туризма**. Экспертам необходимо дать ответ, как местное население относится к визитам на их территорию, существует ли ксенофобия, ненависть к иностранцам, в том числе гражданам своей страны, но из других регионов/областей. Далее: оказывает ли туризм влияние на возрождение кустарно-ремесленнических форм производств, народных промыслов (то есть

приобретают ли посетители продукцию, произведенную местными мастерами).

Следует уделить особое внимание криминальной обстановке. Здесь пригодятся данные полиции об общей численности правонарушений, в том числе совершенных в отношении иностранцев. Несомненно, нельзя упускать из виду то, как правоохранительные органы ведут борьбу с преступностью и раскрывают преступления, проводят профилактические мероприятия, особенно в туристские сезоны.

И последнее, в данном сегменте – как туризм способствует повышению образования населения, квалификации работников, прямо и косвенно связанных с обслуживанием визитеров.

Следующий аспект связан с использованием ресурсов туризма. Тут следует уточнить, что есть понятие "потенциальные возможности", а есть понятие "использование" и порой их смешивание приводит к искажению показателей. Например, государство Оман имеет возможность развивать пляжный туризм, но эта форма отдыха не нашла здесь масштабного развития. Бутан может предложить краеведческие туры, однако правительство установило квоты на въезд иностранцев. В Монголии нет водоемов, поэтому смешно говорить о развитии в этой стране водного туризма.

В связи с этим экспертам следует оценивать, как реально используются ресурсы, а не говорить о том, что есть большие возможности у страны – в этом и заключается сущность модели, что все дается в текущей действительности.

Отметим особенности **транспорта** как ресурса туризма. Когда речь идет об авиации, то следует учесть не только количество, частоту и географию полетов внутри Узбекистана, но и за пределы республики (международные рейсы). С другой стороны, следует оценить тип воздушного судна, качество обслуживания на борту, а также наземной службы, в частности, продажу и бронирование авиабилетов, цена на услуги. Все эти факторы играют важную роль в развитии туризма и нельзя недооценивать негативные/позитивные срезы для туристического процесса.

Автобусный транспорт – самый массовый во внутреннем туризме им пользуются как иностранцы, так и местные жители. В связи с оценкой этого средства передвижения, следует рассмотреть тип автобусов систему обслуживания (наличие заправок, проблемы с топливом запчастями, ремонт). Для легковых автомобилей особую важность играет комфорт и качество автодорог.

Железнодорожный транспорт – тип вагонов, охват региона доступность билетов. *Морской/речной* – это типы судов комфортабельность, география плавания, доступность цен и билетов

Что касается *гужевого*, то в настоящее время этот вид транспорта используется исключительно как вид приключения (конный спорт, горный треккинг, путешествия по пустыне и т.п.), а не средство передвижения. И, скорее всего, этот индикатор будет показывать оценку, приближенную к нулю.

Следующий ресурс – **средства размещения**. Предполагается рассмотреть наличие и использование гостиниц как туристского/бюджетного класса, так и бизнес- и люкс-класса. Оценке должны подвергнуться ведомственные, коммунальные, частные отели и гостевые дома. Отдельно необходимо рассмотреть кемпинги, дома отдыха и курорты. Кстати, каждая страна располагает специфическими средствами размещения, чего нет в других странах, например, в Узбекистане возрождаются караван-сараи, в Казахстане и Кыргызстане предлагается проживание в юртах, на островах Тихого океана – в бунгало, в тропических государствах – в жилищах на деревьях.

Между тем, речь идет не только о количестве таких учреждений и их территориальном размещении, но и качестве обслуживания, системе бронирования и размещения. Здесь хорошо бы знать данные социологических исследований, которые часто проводятся в гостиничных хозяйствах с целью выявления изъянов в работе и повышения сервиса – они позволили бы подойти к оценке и с точки зрения клиентов.

Объекты питания – это ресурс, которым пользуются как иностранные, так и местные посетители. Кафе, бары, столовые, рестораны – все должно быть оценено в таблице. Можно отдельно сказать о национальных столовых – чайхана – в Узбекистане, пабах – в Великобритании или приготовлении пищи на открытых участках – в поле, в степи, в горах.

Затронем такой элемент, как объекты досуга и развлечения. Индустрия развлечения по-разному развита в странах мира. Аттракционы существуют практически везде, мало стран, где отсутствуют парки культуры и отдыха. Но есть и специфика функционирования этой индустрии: например, в Узбекистане запретили бильярд и здесь нет казино, в то время как в Казахстане и Туркменистане эти заведения получили развитие. Ночные клубы, варьете и мьюзик-холы – новое направление для постсоветских стран, но "старая" индустрия для европейских государств.

Как посещают туристы выставки, кинотеатры и театры, стадионы и тренажерные залы – это сегмент для следующей оценки.

Объекты достопримечательностей следует делить на две сферы – искусственные, то есть созданные в результате человеческой деятельности, и естественные – созданные природой. Может показаться странным, что

среди памятников истории и религии "затесались" культура, быт, традиции населения, однако следует помнить, что это также является особенностью человеческой деятельности. Национальное жилище, кухня, обряды пользуются особым интересом среди визитеров, интересующихся этнографией.

Естественные объекты – это горы, степи, водоемы и пр., и как они используются в туризме.

Последний элемент, который входит в модель туризма – это отрасли, которые являются смежными для туристкой индустрии и без которых невозможно ее функционирование. Здесь подразумевается состояние энергетики, финансов (в том числе обмен валют, оплата услуг, работа банков), безопасности и общественного порядка (таможня, полицейский учет), медицины и страхование, связи и средств массовой информации.

Некоторые предлагают включить такие отрасли, как сельское хозяйство (поставка продуктов), обрабатывающую промышленность (сувениры, текстиль, электроника), однако товары этой отрасли можно импортировать и порой они не всегда оказывают достаточного влияния. Однако это не означает, что их следует игнорировать, если значение данных отраслей для туризма велико, то необходимо включить их в национальную модель.

Таблица № 1.13. Оценка модели туризма в Центральноазиатских государствах, на начало 2003 года, мнения национальных и международных экспертов[20]

№	Индикаторы	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Туркменистан
ОБЩИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА						
1.	***Политико-правовые аспекты функционирования туризма***					
	Законодательная и нормативная база	5	6	6	5	2
	Туристские формальности	3	4	7	6	2
	Влияние и авторитет частных туристских организаций	2	5	6	7	1
	Политика государства в сфере туризма	3	5	6	4	3
	Лицензирование туристской деятельности	3	5	7	3	2
	Сертификация и стандартизация в туризме	3	5	5	3	2
Средняя оценка		**3,1**	**5**	**6,1**	**4,6**	**2**
2.	***Экономические аспекты функционирования туризма***					
	Налогообложение и таможенные тарифы	6	4	5	6	4
	Кредитование и банковское участие в туризме	2	6	4	2	4

[20] Опрос проводился в ноябре-декабре 2003 года, опрошено 45 экспертов из Узбекистана 10 - Туркменистана, 24 - Таджикистана, 30 - Казахстана и 32 - Кыргызстана.

Инвестиции в туризм	5	6	4	2	5
Привлечение населения в туризм в качестве формы занятости и источника доходов	3	6	5	4	1
Страхование	4	5	5	4	3
Цены на услуги объектов туризма	3	4	7	8	6
Средняя оценка	**3,8**	**5,1**	**5**	**4,3**	**3,8**
Социальные аспекты развития туризма					
3. Отношение местного населения к туристам (дружелюбие/ксенофобия)	7	7	8	7	7
Возрождение ремесел и народных промыслов	7	7	7	6	5
Поддержка/разрушение традиций и уклада жизни местного населения	8	6	5	6	7
Криминальная ситуация	6	5	6	4	7
Повышение образования/квалификации	4	6	5	3	1
Средняя оценка	**6,4**	**6,2**	**6,2**	**5,2**	**5,4**
РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА					
Индустрия туризма					
4. Транспорт:					
- авиация	5	6	4	3	3
- автобусный транспорт (свыше 10 человек)	7	7	4	2	3
- автомобильный транспорт (до 10 человек)	6	7	7	3	4
- железная дорога	5	7	3	3	2
- морской/речной транспорт	-	6	3	1	3
- гужевой	<1	<1	~1	~1	~1
Средства размещения:					
- гостиницы и отели от трех звезды и выше	7	7	6	2	7
- гостиницы бюджетного/туристского класса (до трех звезд)	7	7	4	4	5
- кемпинги и автокемпинги	1	4	3	1	1
- дома отдыха/курорты	6	5	5	3	1
Объекты питания:					
- рестораны, в том числе в гостиничной системе	4	6	5	3	3
- кафе и бары	3	7	5	4	4
- столовые, чайхана и др. заведения общественного питания	3	4	4	4	3
Объекты досуга и развлечения:					
- аттракционы	4	5	4	1	2
- парки культуры и отдыха	6	7	5	3	6
- дискотеки, ночные клубы, боулинги, бильярдные	2	8	8	4	4
- казино	-	6	5	1	4
- варьете, мюзик-холлы	<1	7	5	<1	<1
- кинотеатры	<1	<1	<1	<1	<1

	- театры, цирк	3	4	2	1	1
	- выставки	1	1	1	1	1
	- стадионы, спортплощадки, тренажерные залы, солярии	4	5	2	1	1
	Объекты достопримечательностей					
	Искусственные:					
	- памятники старины (истории)	9	6	5	5	4
	- объекты культа, святыни	10	4	4	4	4
	- музеи (природы, краеведческие, истории, спорта)	4	6	6	3	1
	- археологические раскопки	2	2	1	3	1
	- национальная культура, традиции, быт, кухня населения	8	7	8	8	7
	- ремесла и промыслы	7	6	7	7	7
	Естественные:					
	- горы и горные хребты	5	6	7	7	-
	- водоемы (озера, водохранилища, реки, моря)	4	7	6	7	4
	- пустыни и полупустыни	3	3	-	-	6
	- степи и луга	4	6	6	-	1
Средняя оценка		**4,4**	**5,3**	**4,4**	**3,0**	**3,1**
5.	***Инфраструктура, поддерживающая туризм***					
	Дороги и магистрали	6	5	3	3	2
	Энергетика и коммунальная служба	7	7	5	4	6
	Безопасность и общественный порядок	8	5	5	6	9
	Финансы (банки, обменные пункты, банкоматы)	3	8	7	4	1
	Связь и коммуникации	5	7	5	3	1
	Средства массовой информации/реклама	2	4	3	2	1
	Торговля/шопинг	3	6	6	4	1
	Медицина, страховка	2	4	3	1	1
	Образование, наука, технологии	5	6	5	3	1
Средняя оценка		**4,5**	**5,7**	**4,6**	**3,3**	**2,5**
	Общее число баллов	**248**	**315**	**277**	**202**	**180**
	ИТОГО (ОЦЕНКА МОДЕЛИ)	**4,3**	**5,4**	**4,8**	**3,6**	**3,2**

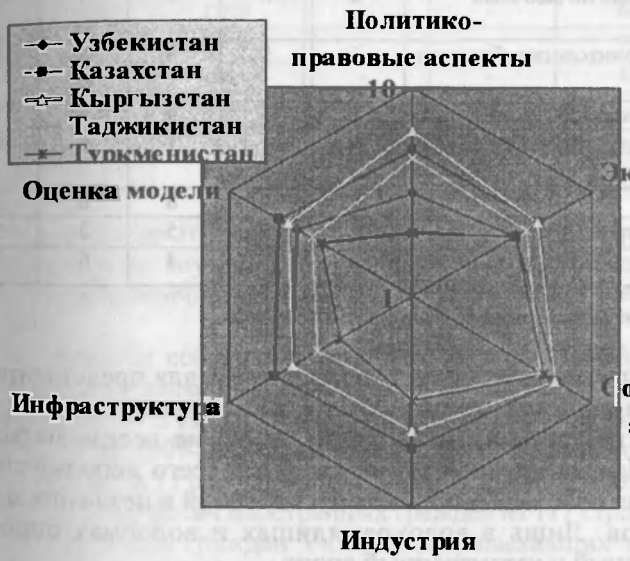
Как видно из таблицы № 1.13, все модели не обладают высокими показателями своего развития. Наилучшие цифры на общем фоне у Казахстана и Кыргызстана, но это, как отмечают эксперты, связано с демократическими реформами в политической сфере и либерализацией экономики, что в меньшей степени отмечается в трех других Центрально-азиатских государствах.

Такая оценка экспертов позволяет судить, что правительства еще не все сделали для повышения эффективности туристского процесса, полного использования ресурсов.

Кроме того, при рассмотрении таблицы № 1.13, каждому элементу выставлялась **средняя оценка**. Это делалось для того, чтобы определить степень влияния и значение этих сегментов для национальной модели. Данные цифры легче всего рассмотреть в спайдер-диаграмме № 3

Данный графический способ позволяет рассмотреть состояние каждого элемента в отношении друг друга. Модель может быть устойчивой, если все стороны равнобедренны. Заметно, что средние показатели сегментов модели Казахстана и Кыргызстана близки, тогда как Узбекистан, Таджикистан и в большей степени Туркменистан имеет иные очертания в графике. Это свидетельствует о том, что развитие туризма в этих странах имеет серьезные проблемы.

Диаграмма № 3. Оценка национальной модели туризма Центрально-азиатских государств через средние показатели сегментов



Далее, можно рассмотреть, как виды туризма больше всего развиты в национальной модели туризма (см. таблицу № 1.14). Несмотря на то, что ресурсы в пяти государствах по-разному используются, различны политико-правовые и экономико-социальные условия, однако в Узбекистане, Казахстане и Кыргызстане успешно развиваются многие формы туризма, в частности, историко-познавательный, этнографический, природоведческий и городской туры.

Таблица № 1.14. Оценка развития видов туризма в пяти республиках Центральной Азии [21]

Виды туризма	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Туркменистан
Религиозно-духовный, посещение святых мест	8	3	3	6	3
Историко-познавательный, в том числе археологический	9	4	6	8	5
Этнографический (традиции, культура, быт, кухня)	7	7	8	6	6
Спортивный (рафтинг, альпинизм, дельта- и парапланеризм, серфинг, лыжи, дайвинг, спелсология и пр.)	5	9	9	9	4
Сафари, путешествие на вьючных животных	6	8	4	4	9
Природный тур (орнитология, ботаника, рыбалка и пр.)	6	9	8	8	5
Агротуризм и фермерский туризм	4	3	4	4	1
Розовый (для сексуальных меньшинств) туризм	0	1	1	0	0
Треккинг	5	4	8	8	1
Морской/речной туризм	1	7	5	3	5
Городской туризм	8	8	4	6	5

Примечание: 10 – наивысшая оценка, 0 – отсутствие развития.

Все эксперты отмечали, что усложнен туризм для представителей сексуальных меньшинств, поскольку в Центральноазиатских государствах отношение к этой группе людей не всегда мягкое и понимающее. Морской/речной туризм меньше всего используется в Узбекистане из-за небольших объемов путешествий и незначительных водных ресурсов. Лишь в водохранилищах и водоемах спросом пользуется парусный и катамаранный спорт.

Модель также опередеяется объемами туристских визитов, в частности, состояния международного и национального туризма. Так, в таблице № 1.15 даются показатели движения посетителей Узбекистана которые выполнены НК «Узбектуризм», таможенной службой республики и группой исследователей из Всемирной туристской организации во главе с Мак-Налти.

[21] Опрос 33 экспертов из государств Центральной Азии, февраль, 2004, Ташкент.

Таблица № 1.15. Расчетные показатели трех центров по движению туристов в Узбекистане за 1993-2005 годы

Период	Данные ПК "Узбектуризм"		Данные таможенной службы		Прогнозные расчеты группы ВТО	
	Всего туристов, тыс. чел.	Иностранные туристы, тыс. чел.	Въезд, тыс. чел.	Выезд, тыс. чел.	Численность туристов, тыс. чел.	Доход от турбизнеса, $ млрд.
1993	332,2	92,35	-	-	-	-
1994	309,5	60,9	-	-	-	-
1995	305,8	92,02	-	-	-	-
1996	368,3	173,9	-	-	174	0,198
1997	484,2	252,9	954,4	1030,5	270	0,351
1998	486,2	272,0	810,5	939,8	400	0,560
1999	549,7	274,0	486,8	-	500	0,750
2000	552,8	278,0	-	-	650	1,04
2001	529,9	231,4	-	-	710	1,136
2002	445,5	198,1	-	-	800	1,320
2003	471,4	230,4	-	-	-	-
2004	492,4	261,6	-	287,6	-	-
2005	334,1	241,9	380,8	330,1	-	-

Как видно из этих данных, динамика туристских потоков менялась в зависимости от внутренних и внешних факторов. Безусловно, модель, которая восприимчива к внешним факторам, может иметь нестабильный характер.

В частности, события 11 сентября 2001 года в США сильно сказались на туристском рынке Узбекистана: заметен спад иностранных визитов. Тем временем, если за 1993-1999 годы темп роста туристских визи-тов составил 165,1%, то за 1999-2004 годы – 89,5%, то есть снижение произо-шло на 10,5%. Всего за 11 лет темп роста достиг 147,9%. В 2005 году республику посетило 241,9 тысяч иностранных граждан из 117 стран мира.

Общее число граждан Узбекистана, выехавших за границу в 2005 году, составило 380,8 тысяч человек. Основными странами для поездок узбекских граждан являются Россия, Украина, Казахстан, Турция, Китай, ОАЭ, Южная Корея, Израиль, Греция и т.д. Что касается местных туристов, то 334,1 тыс. жителей посещали такие города как Самарканд, Бухара, Шахрисабз, Хива, зоны отдыха Чарвак, Чимган.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: средства размещения, объекты достопримечательностей, визиты, туристские потоки, средняя оценка, ресурсы, балл, инфраструктура, социальные факторы, экономические аспекты.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Как рассчитывается туристская модель?
2. Какие факторы следует учитывать при расчете модели туризма?
3. Что влияет на состояние модели?

1.4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ

Учитывая роль туризма для развития национальной экономики, государство должно иметь стратегию и тактику по эффективному использованию всего потенциала этой отрасли. Здесь стоит сказать, что политика развития туризма включает в себя пакет положений, относящихся к различным аспектам функционирования индустрии гостеприимства. В общем плане эта доктрина увязывается с общеконцептуальной стратегией правительства Узбекистана по формированию рыночной экономики. Кроме того, учитываются также общемировые тенденции, которые зачастую играют не последнюю роль в развитии международного туризма в республике. Политика строится и на основе исследования и анализа имеющихся моделей туризма и туристской инфраструктуры, достопримечательностей, видов деятельности и рынков туризма. Конечно, важно учитывать социоэкономические и экологические факторы.

Несомненно, государственная политика воздействует на всю страну или отдельный регион, в ней уравновешиваются экономические, экологические и социальные аспекты. Национальные и региональные задачи должны доминировать над индивидуальными, групповыми или секторными интересами. Но при этом следует знать, что такая политика может одновременно обеспечивать такой баланс, в рамках которого способны эффективно функционировать частный сектор и другие группы с особыми интересами.

Начнем с того, что туристская политика имеет разнообразные формы, и эти формы определяются исходя из национальных интересов, имеющихся ресурсов и потенциальных возможностей. Поэтому, например, узбекская модель туризма не будет похожа на турецкую или польскую, поскольку различны географическо-природные условия, экономические системы, менталитет, достопримечательности. Но существует общие вопросы, которые следует решать при разработке такой политики:

Во-первых, в политике следует обосновывать необходимость развития именно туризма, а не других секторов экономики. Такие основания зачастую включают в себя сочетание следующих элементов:

1. Экономические причины, связанные с повышением доходов, обеспечением занятости, получением иностранной валюты.

увеличением государственных доходов и использованием туризма в качестве катализатора развития других секторов.

2. Социальные причины: стимулирование межкультурного обмена и открытие страны для иностранных граждан (международный туризм), просвещение жителей в отношении их собственной страны и обеспечение рекреационных возможностей (внутренний туризм).

3. Использование туризма для решения задач в области сохранения окружающей среды и культурного наследия, когда для этого отсутствуют иные ресурсы.

Как видно из таблицы № 1.15 мнения экспертов об основных причинах развития туризма разнятся, но подавляющая часть уверена, что главным выступает все же экономический фактор, именно он является мотивирующим при необходимости принятия программ стратегии и тактики национального (международного) туризма со стороны правительства.

Таблица № 1.15 Мнения национальных экспертов Центральной Азии о первопричинах развития туризма в их стране, % [22]

Страна/ эксперт	Главная причина		
	Экономическая	Социальная	Культурная и экологическая
Казахстан	54	36	10
Кыргызстан	62	30	8
Таджикистан	90	9	1
Туркменистан	47	20	33
Узбекистан	72	12	16

Во-вторых, одним из стратегических соображений является выбор целесообразных форм развития и соответствующих типов международных и внутренних рынков туризма, которые следует привлекать. Обычно в отдельной стране или регионе можно развивать несколько форм туризма, однако в некоторых зонах иногда - только в различные сезоны. Например, в Центральной Азии исторический туризм, молодежный, ностальгический, городской можно развивать круглогодично, а вот ландшафтный, деревенский, горнолыжный, караваннинги, приключенческие формы – в определенное время года, когда для этого существуют особые условия.

Правительство должно учитывать уровень качества туризма и сервиса, предоставляемого национальной туристской инфраструктурой.

[22] Опрос проводился аналитической группой «Транс-Азия» в феврале 2001 года, опрошено 233 эксперта из пяти республик.

В настоящее время политика многих принимающих центро заключается в развитии так называемого качественного туризма.

Таблица № 1.16 Уровень качества национального туризма по мнению экспертов Центральной Азии, ранжирование от 0 (отсутствие качества) до 5 (высокое качество), выставляется средний бал по стране.

Страна/ эксперт	Гостиницы	Транспорт	Достопримечательности
Казахстан	4,1	3,2	3,6
Кыргызстан	3,9	2,9	3,2
Таджикистан	2,7	3,1	4,2
Туркменистан	4,4	3,9	3,4
Узбекистан	4,3	4,5	4,8

Таблица № 1.16 свидетельствует, что сервис, оказываемый гостиничной инфраструктурой, наиболее сильно развит в Туркменистане, однако транспортные услуги и услуги объектов достопримечательностей – в Узбекистане.

В-третьих, правительство должно определиться, какую политику следует проводить: ту, которая ориентирована на рынок или ту, которая ориентирована на продукт. В первом значении подразумевается развитие таких форм туризма, которые будут привлекать широкий спектр рынка, независимо от воздействия его развития на природу, население. Здесь возможны большие экономические выгоды, но в то же время возможно появление проблем с окружающей средой, нагрузкой на культурно-исторические объекты, негативное восприятие туристов местным населением из-за побочных явлений (появление проституции, злоупотребление алкоголизмом, игнорирование национальных и религиозных традиций и т.п.).

Во втором значении политика призвана ориентировать покупателей на конкретный продукт, сужая его возможности и коммерческие выгоды, однако это сулит сбалансированное влияние на общество и окружающую среду.

В-четвертых, принципиальным соображением является допустимая степень развития – следует ли ограничивать туризм, поддерживать его на среднем уровне или стимулировать его для того, чтобы он стал важным сектором экономики. Нужно сказать, что большая страна или регион могут решить развивать туризм на разных уровнях в различных регионах и в различные сезоны, исходя из условий экологического, социокультурного и инфраструктурного развития.

В-пятых, зачастую стратегическим аспектом является выбор темпа развития – медленного, среднего или ускоренного. Даже если имеется

потенциал для быстрого роста, вполне возможно сдерживать его темпы по следующим причинам:

- социальные причины, связанные с необходимостью дать местным жителям достаточное время для привыкания к туризму и освоения участия в его деятельности;
- причины, связанные с увязкой строительства туристских объектов с развитием инфраструктуры;
- экономические причины, связанные с увязкой развития туризма с другими экономическими секторами, не допуская искажения в экономике;
- причины, связанные с планированием людских ресурсов, то есть предоставление достаточного времени для подготовки кадров для эффективной работы в туризме.

Таблица № 1.17. Мнения экспертов по уровню и динамике развития туризма в своей стране, %

Страна/ Эксперт	Необходимый уровень развития туризма		
	Ограниченный	Средний	Важный сектор
Казахстан	10	56	34
Кыргызстан	4	33	63
Таджикистан	12	40	48
Туркменистан	6	39	55
Узбекистан	1	72	27
	Темп развития туризма		
	Медленный	Средний	Ускоренный
Казахстан	2	57	41
Кыргызстан	4	61	35
Таджикистан	1	36	63
Туркменистан	5	45	50
Узбекистан	2	39	59

В таблице № 1.17 видно, что большинство экспертов видит туризм важнейшим сектором экономики (за исключением Узбекистана), но вот по динамике развития Узбекистан, как они считают, может взять высокие темпы. Отдельная часть экспертов утверждали, что высокие темпы ведут к перегреву всей экономике и перетоку инвестиций из других отраслей в этот сектор, что, в свою очередь, вызовет дисбаланс развития.

В-шестых, важным элементом политики могут быть соответствующие функции правительства и частного сектора в деле развития и управления туризмом. Отметим, что государственные и

частные организационные структуры в сфере туризма должны соответствовать конкретным условиям каждой страны или региона. По мере изменения обстоятельств эти структуры могут также меняться.

У государственного или официального ведомства (в Узбекистане таким является Национальная компания «Узбектуризм»), имеется ряд задач – это координация политики, планирования и управления; статистика и исследовательская деятельность; нормативы и правила деятельности сектора; инвестиционные стимулы; определенные услуги в области маркетинга; планирование и профессиональная подготовка кадров для туризма, включая разработку образовательных и учебных стандартов; а также обеспечение базовой инфраструктуры и основных достопримечательностей общественного характера. Частный сектор несет ответственность за коммерческое развитие и эксплуатацию средств размещения и большинство других туристских объектов и услуг, а также за их маркетинг. Однако в районах, где туризм только начал развиваться, может потребоваться, чтобы правительство на начальном этапе приняло участие в коммерческой деятельности, чтобы дать толчок развитию туризма.

Так оно и произошло в начале 90-х годов, когда была создана компания «Узбектуризм». В нашем понимании это есть национальная туристская администрация (НТА), на которую возложено выполнение роли коммерческого оператора, поскольку под ее началом оказалась подавляющая часть туристских объектов. С момента приватизации часть этих объектов вышла из-под управления НТА, и поэтому в данный момент необходимо разграничить деятельность государственного управления и коммерческого (подобное не соответствует рыночным правилам и антимонопольному законодательству). Подобные предложения уже звучали, но по сей день они пока практической реализации не нашли.

В-седьмых, важными элементами политики являются охрана окружающей среды, сохранение культурного наследия и устойчивое равновесие. При опросах специалистов, более 2/3 высказали, что это условие должно обязательно соблюдаться в государственной доктрине.

В-восьмых, в политике указываются район осуществления развития и его этапы. Скажем, в настоящее время основными направлениями развития туризма в Узбекистане являются города Ташкент, Самарканд, Бухара и Хива (косвенно об этом свидетельствуют правительственные постановления и указы главы государства, а также коммерческая загруженность объектов), тогда как другие регионы в меньшей степени привлекают внимание правительства, хотя их потенциал до конца не раскрыт.

В-девятых, должны учитываться и другие типы в политике, например, связанные с использованием туристской инфраструктуры,

взаимосвязям между внутренним и международным туризмом, программам образования и профессиональной подготовки, социальной интеграции туризма и вопросам, регулирующих инвестиции и занятость.

Политика туристских расходов. Статистические данные, относящиеся к туристским расходам, представляют собой один из важнейших показателей, которые требуются для разработчиков политики, специалистов в области планирования, коммерческой деятельности и исследований. Они используются для наблюдений и оценки воздействия туризма на национальную экономику и на различные сектора туристской индустрии. Поэтому, насколько верны эти данные, можно в итоге судить о состоянии туристической отрасли и смежные с ней сферы экономики, а также занятости населения и его материального благополучия.

В середине 90-х годов Всемирная туристская организация приняла стратегическую программу из восьми пунктов для ориентации правительств и туристской индустрии до конца столетия и в последующий период. В ее положения входили следующие моменты:

- создание новых и разнообразных продуктов (услуг, рынков);
- вовлечение местных сообществ в планирование и эксплуатацию;
- развитие партнерств между государственными органами и частными компаниями;
- произведение добавочной стоимости;
- инвестиции в окружающую среду;
- устранение любительского подхода;
- улучшение взаимопонимания между местным населением и посетителями;
- наращивание масштабов и более точная фокусировка маркетинговых и рекламных программ.

Чтобы достичь этих целей, необходимо иметь более точные статистические данные о внутренних и международных туристских потоках, а также их экономических последствиях и воздействиях на поведение и характеристики посетителей.

Прежде всего, определение расходов тесно связано с определением потребления в туризме. Поэтому для экспертов при сборе данных и их последующего включения в систему национальных счетов необходимо учитывать то, что **под потреблением в туризме понимается стоимость товаров и услуг, использованных для непосредственного удовлетворения единиц туризма (то есть посетителей)***. В то же время туристское потребление, за исключением тех случаев, когда оно представляет собой промежуточное потребление предприятий,

* здесь и далее определения Всемирной туристской организации.

соответствует, таким образом, концепции "конечного потребителя" в СНС, независимо от типа потребителя.

Стоит заметить, что **туристские расходы определяются как общая сумма потребительских расходов, которые производятся посетителем или от его имени при подготовке и в ходе своей поездки и пребывания в месте назначения.** Концепция туристских расходов охватывает широкий диапазон элементов потребления – от приобретения потребительских товаров и услуг, являющихся органической частью путешествий и пребываний, до приобретения небольших товаров длительного пользования, сувениров и подарков для родственников и знакомых.

Между тем, необходимо исключать некоторые виды расходов или приобретений, которые по некоторым признакам не входят в категорию туристских расходов. Например, если производятся закупки для коммерческих целей (то есть перепродажи), которые осуществляет какая-то категория посетителей, а также закупки, производимые посетителями во время деловых поездок от имени своего работодателя. Нельзя также включать и капиталовложения или сделки, осуществляемые посетителями и относящиеся, скажем, к земле, жилым домам, недвижимости, произведениям искусства и прочим значительным приобретениям (таким, как машины, катера, автобусы, вторые дома), даже если в будущем они могут использоваться в целях туризма. Эксперты считают, что сюда необходимо, кроме всего, включать и наличные деньги, выдаваемые родственникам или знакомым во время поездки на отдых, которые не представляют собой оплату каких-либо туристских товаров или услуг, а также благотворительные взносы.

Различные компоненты, составляющие туристские расходы, могут быть разделены на три крупные группы, в зависимости от того, произведены ли эти расходы при подготовке к поездке (распределяясь, таким образом, в зависимости от цели), в ходе поездки (в зависимости от места) или после поездки. Другими словами:

- предварительные расходы, необходимые для подготовки и осуществления поездки;
- расходы, возникающие во время путешествия и в посещаемых местах;
- связанные с путешествием расходы, производимые в стране выезда по возвращении из заграничной поездки.

Когда речь идет о международном туризме, расходы посетителя представляют собой доходы для принимающей страны или расходы для страны выезда туриста. Для большинства стран международные въездные посетители являются важной разновидностью туризма. Они стимулируют национальную и местную экономику, зачастую обеспечивают необходимую иностранную валюту и помогают

финансировать объекты, которыми могут пользоваться граждане данной страны. Приобретая товары, например, в Узбекистане, иностранные граждане осуществляют импорт для себя и экспорт для узбекских производителей. В связи с этим для страны происхождения важно измерять расходы въездных посетителей с целью правильного расчета своего международного платежного баланса.

Более того, эти посетители также являются важными источниками доходов для многих фирм в стране, куда они прибыли, например, для авиакомпаний, других транспортных служб, турагентов и туроператоров, гостиниц и музеев. Приобретая билеты на транспорт или туры, въездные посетители приносят стране посещения экономическую выгоду в виде поступлений от коммерческой деятельности, занятости, личных доходов и налоговых сборов. Данные об этих путешественниках могут помочь соответствующим предприятиям улучшить маркетинг и увеличить свою долю на рынке въездного туризма, которая в противном случае может уйти к иностранным авиакомпаниям и туроператорам. Такие данные также полезны при планировании, когда, например, один из национальных авиаперевозчиков использует такую информацию для расширения международного обслуживания.

Поступления от международного туризма определяются как **расходы международных выезжающих посетителей, включая их платежи национальным перевозчикам за международный транспорт.** Сюда также входят любые предварительные платежи за товары или услуги, полученные в стране назначения. На практике учитываются и поступления от однодневных посетителей, за исключением тех случаев, когда они играют настолько важную роль, что оправдывают включение в отдельную категорию.

В настоящее время МВФ рекомендует поступления от международных перевозок вносить в отдельную категорию платежного баланса страны. Отметим, что поступления от международных перевозок определяются как **любые платежи, производимые зарегистрированным в соответствующей стране перевозчикам со стороны иностранных посетителей, независимо от того, поехали ли они в эту страну или нет.**

Международные туристские расходы определяются как **расходы выезжающих посетителей в других странах, включая их платежи иностранным перевозчикам за международные перевозки.** На практике они должны также включать расходы постоянных жителей какой-либо страны, путешествующих за границей в качестве однодневных посетителей, за исключением случаев, когда эти поездки имеют такое значение, что оправдывают их вынесение в отдельную категорию.

Расходы на международные перевозки, согласно положениям ВТО, определяются как **любой платеж, произведенный зарегистри-**

рованным за границей перевозчиком, со стороны любого лица, постоянно проживающего в ведущей подсчет стране.

Расходы, относящиеся к внутреннему туризму, определяются как **расходы, представляющие собой прямой результат путешествий постоянных жителей какой-либо страны в ее пределах.**

Эксперты полагают, что любой национальной туристской администрации необходимо производить разбивку потребительских расходов в туризме в соответствии со следующими основными категориями:

- комплексные поездки, пакеты услуг на отдых и комплексные туры;
- размещение;
- питание и напитки;
- транспорт;
- рекреационные, культурные и спортивные мероприятия;
- посещение магазинов;
- прочее.

По данным социологической группы "Пирамида +", проведшей в мае 2000 года опрос 200 иностранных и отечественных туристов, ощущается значительная разница не только в источниках путешествий, но и тратах, совершаемых туристами. Так, если иностранные туристы в подавляющем случае расходы осуществляют на транспортные услуги до страны пребывания, то узбекские туристы – на размещение и покупку дорогих изделий (или товаров народного потребления). Незначительные расходы на питание, развлечение и экскурсии говорят о том, что наши соотечественники стремятся экономить валюту, в то время как иностранцы желают приобретать сувениры, посмотреть местные достопримечательности (см. таблицу № 1.18).

Таблица № 1.18. Опрос индивидуальных туристов, % к итогу

На что вы тратите финансы во время путешествия	Иностранные туристы, посетившие Узбекистан	Узбекские туристы, выехавшие за пределы республики
На приобретение авиа- и железнодорожных билетов	35	20*
На средства размещения (гостиницы, отели, санатории)	20*	33
Услуги транспорта внутри страны	2*	10
Покупка сувениров	8*	3
Питание	10*	10
Покупка товаров народного потребления	5*	20
Развлечения	15*	3
Плата за билеты в музеи, театры, концерты	5*	1

*цены в сумах по отношению к доллару по рыночному курсу

Различные данные получены и при изучении источников путешествия. Так, если более 1/2 иностранных посетителей могут позволить себе путешествовать за счет заработной платы, то таких среди узбекских граждан оказалось 6%. Приблизительно равное количество у опрошенных оказался показатель "поездки за счет командировки или фирм". Зато значительное число лиц у наших соотечественников ездило за кордон за счет иных источников, в то время как у иностранцев таких оказалось 2% (см. таблицу № 1.19).

Таблица № 1.19. Опрос индивидуальных туристов, % к итогу

Откуда Вы берете средства для путешествия?	Иностранные туристы	Узбекские туристы
Заработная плата, пенсия, стипендия, пособия, доход от частнопредпринимательской деятельности	53	6
Занимаю у родственников	12	11
Поездка за счет приглашающей стороны	3	30
Служебная командировка или за счет фирмы, предприятия, учреждения	30	25
Других источников, включая недекларируемые доходы	2	28

Между тем, значительное число иностранных граждан тратят огромные средства на путешествия (см. таблицу № 1.20), причем первенство среди них держат туристы из США, Германии, Японии, Великобритании и Италии (главные поставщики туристских потоков во все страны мира, в том числе и в Узбекистан).

Таблица № 1.20. Международные туристские расходы (исключая транспорт), в 1997 году, млрд. долларов США[23]

Место			Страна	Расходы	Динамика к 1996 г., %	% от общего числа
1990	1995	1997				
1	2	1	Соединенные Штаты Америки	51,220	6,6	13,6
2	1	2	Германия	46,200	-9,4	12,2
3	3	3	Япония	33,041	-10,8	8,7
4	4	4	Соединенное Королевство	27,710	9,5	7,3
5	6	5	Италия	16,631	5,2	4,4
6	5	6	Франция	16,576	-6,6	4,4
7	10	7	Канада	11,304	1,9	3,0
8	7	8	Австрия	10,992	-6,9	2,9
9	7	9	Нидерланды	10,232	-11,5	2,7
40	22	10	Китай	10,166	127,2	2,7
-	9	11	Россия	10,113	-1,5	2,7

[23] Tourism Highlights 1999, WTO, Madrid, p.16.

13	11	12	Бельгия	8,275	-11,3	2,2
11	12	13	Швейцария	6,904	-8,8	1,8
46	15	14	Польша	6,900	10,6	1,8
23	23	15	Бразилия	6,583	10,0	1,7
10	16	16	Швеция	6,579	5,2	1,7
14	13	17	Тайвань	6,500	0,1	1,7
19	14	18	Республика Корея	6,262	-10,1	1,7
15	17	19	Австралия	6,129	12,6	1,6
17	20	20	Норвегия	4,496	-0,3	1,2
16	18	21	Испания	4,467	-9,2	1,2
18	19	22	Дания	4,128	-0,3	1,1
12	25	23	Мексика	3,892	14,9	1,0
25	26	24	Израиль	3,570	8,1	0,9
21	21	25	Сингапур	3,224	-12,9	0,9
26	32	26	Аргентина	2,680	14,5	0,7
22	29	27	Кувейт	2,558	2,6	0,7
24	28	28	Малайзия	2,478	-3,8	0,7
34	30	29	Индонезия	2,436	5,9	0,6
30	34	30	Венесуэла	2,381	5,8	0,6
41	36	31	Чехия	2,380	-19,4	0,6
20	27	32	Финляндия	2,270	-5,1	0,6
27	33	33	Ирландия	2,223	0,0	0,6
32	31	34	Португалия	2,164	-5,2	0,6
28	35	35	Северная Африка	1,947	11,0	0,5
72	52	36	Филиппины	1,936	52,9	0,5
33	24	37	Таиланд	1,888	-54,7	0,5
37	43	38	Нигерия	1,816	39,3	0,5
38	42	39	Турция	1,716	35,7	0,5
31	38	40	Новая Зеландия	1,451	-2,0	0,4
Итого по 40-м государствам				354,418	-0,2	93,8
Всего по миру				377,776	0,1	100,0

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политика, ведомства, темп роста, динамика, министерства, туризм, стратегия развития, расходы, доходы, затраты.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что включается в понятие стратегии туристской политики?
2. Какие элементы включены в эту стратегию?
3. Для чего определяются туристские расходы в стратегии туризма?

Глава 2. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

2.1. ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРПРОДУКТА

Туристские процессы. Каковы же тенденции современного западного потребителя турпродукта? Эксперты указывают на следующие:

Во-первых, у него **больше свободного времени.** Статистика свидетельствует, что в Европе стабилизировался объем времени, предоставляемого фирмами сотруднику для отпуска. В среднем он составляет 12-14 дней. В связи с этим потребитель рассматривает продукты, которые позволяют ему побывать в одной- двух и более стран за этот промежуток времени. Нужно учесть, что более2/3 стараются не посещать более раза регион, в котором они ранее побывали, а около 20% хотят вновь окунуться в ту же среду. Именно на эту часть и следует рассчитывать тем туроператорам, которые разрабатывают новые маршруты для «старых» туристов. По опросам, проведенным автором в июле 2001 года среди иностранных посетителей, выяснилось, что такая тенденция касается и нашей республики: так, около 8% ответили утвердительно на вопрос: «Хотите ли вы еще раз посетить Узбекистан?» Но при этом они заметили, что хотели бы не повторять пройденные маршруты, а побывать в новых регионах, потребить другие формы туризма (кроме историко-познавательного, еще и этнографический, экологический, приключенческий и т.д.).

Во-вторых, потребитель располагает **высоким доходом.** Не секрет, что среднестатистический европеец может приобрести тур в любую точку мира без ущерба для семейной экономики. По расчетам, поездка, например, в Юго-Восточную Азию составляет от 1/2 до 1/4 его месячного жалования. А при приобретении «пэкиджа» сразу в несколько стран и всей семьей он к тому же получает определенную скидку от авиакомпаний, гостиниц. Тенденция современной западной экономики такова, что доходы с каждым десятилетием у европейцев увеличиваются на 20-30%, в связи с чем у него появляется больше возможностей осуществлять затраты на путешествия.

По оценкам узбекских специалистов, средняя стоимость турпакета в Узбекистан из Европы составляет 1400-1500 долларов (включая стоимость авиаперелета). Конечно, узбекская индустрия гостеприимства

не располагает широким набором тех услуг, что существует на Западе, однако восточная экзотика и благодушие населения компенсируют некоторые неудобства. Туристы готовы платить за досуг и развлечения, особенно, если это связано с ритуалами и выполнением других действий в стиле национальных традиций. «Иностранцам нравится бывать в совершенно иной культурной среде, почувствовать себя частью этого удивительного на его взгляд общества, и в этом смысле стоит рассчитывать на доходы как со стороны турфирм, организовавших путешествие, так и местного населения, предоставившего эти услуги», - заметил узбекский эксперт Сергей Данилов.

Другое дело, насколько прорекламирован этот пакет, изучен рынок, готовый потребить его. Естественно, это требует определенных затрат. И при расчетах необходимо учитывать средний доход населения и его возможности на оплату поездки. Лишь тогда можно говорить о потенциальных возможностях узбекского «пэкиджа» в Европе, Азии, Ближнем Востоке, Северной Америке.

В-третьих, потребитель располагает **высоким уровнем образования**. Это, естественно, отражается на уровне и качестве его потребности. Люди интеллектуального труда хотят получить не только полную информацию о стране, но и от самого путешествия. Они требовательны к гидам, сравнивают информацию, полученную ими ранее от различных источников, с тем, что им преподносят экскурсоводы или рекламные брошюры. Они негативно относятся к тому, если сведения оказываются неверными или неточными. «Быть максимально точными – вот наша задача,– отмечает эксперт Максуд Абдуллаев. – Туриста нельзя вводить в заблуждение, ибо он сразу увидит неправду и в дальнейшем будет иметь не самые лучшие представления о стране».

В-четвертых, в западном мире расположены **наилучшие технологии коммуникации**, которые позволяют потребителю получать информацию о странах помимо рекламируемых турфирмой и выбирать наиболее интересную для себя. Сейчас туристы, прежде чем выбрать страну путешествия, досконально изучают все о ней. Для этого они обращаются в Интернет, выискивая материалы о государственном устройстве, состоянии экономики, экологии, этническом составе и многое другое. Они получают сведения о валютных курсах, выполнении определенных правил поведения (например, регистрация в полиции, таможенный контроль), получении визы, стоимости и бронировании услуг авиакомпаний, средств размещений, проката автотранспорта. Они уверены в непредвзятости и объективности, поскольку информация берется из разных источников. Они предупреждаются о возможных злоупотреблениях со стороны турфирм и не обращаются к тем, кто занесен в «черные списки».

Они обращаются к туристским серверам, где эта информация наиболее полная и объективная. Кстати, по оценкам ВТО, около 60% западных туристов в выборе туристского направления обращались к услугам Интернета. К 2000 году с помощью всемирной компьютерной паутины было продано туров и сопутствующих услуг на 160 млрд. долларов. Исследования, проведенные в Англии в конце 1998 года, показали, что почти половина пользователей ищет в Интернете именно информацию о путешествиях и отелях или о конкретных странах и экскурсионных программах о них. Правда, лишь 1% пользователей реально заказывает свое путешествие через глобальную сеть. Этим средством коммуникации в одинаковой степени пользуются мужчины и женщины, а возраст большинства колеблется от 25 до 34 лет[24].

В свою очередь мне хотелось бы привлечь узбекистанцев к таким серверам, как www.tours.ru, www.travel.ru, www.turizm.ru, www.tourism.net.ru, www.ttg-russia.ru, и другие, из которых потенциальные посетители черпают необходимые данные. Среди узбекских сайтов стоит отметить ресурс www.shodliktour.com, владельцем которого является туристская компания «Шодлик-тур», а также www.uzland.uz. «Недооценка турфирмами возможностей Интернета значительно сужает масштабы их деятельности. Западный потребитель более технологичен и всегда использует современные средства коммуникации», – отмечает Леонид Хигер, руководитель компании NG-WebLab.

Состояние систем коммуникации в стране пребывания также важно для западного потребителя. И дело не только в том, какие средства транспорта здесь развиты (хотя и это не маловажный фактор), но и в уровне средств связи (почта, телеграф, факс, телекс, сотовая связь, Интернет). Если нет E-mail в гостинице, то должны быть Интернет-кафе, расположенные рядом, чтобы турист мог связаться со своими родными, с родиной. И эта проблема не только туристской инфраструктуры, но и других, смежных отраслей. Конечно, в развитие средств коммуникаций требуется вкладывать серьезные инвестиции.

В-пятых, в мире складывается тенденция **индивидуализации** потребителя. Турист уже не хочет быть в «стаде» путешественников, он чаще всего требует индивидуальной программы, в которой учитываются все его пожелания и прихоти. Готовый платить за все это, он, между тем, отстаивает свое права, чтобы тур отвечал его личным интересам и не был увязан с потребностями других путешественников. Обычно, индивидуальный тур дороже «коллективного» на 30% и более (порой в 3-4 раза). Узбекские турфирмы иногда составляют такие

[24] TTG Russia, 1999, 7/8, с.14.

маршруты, включая все требования потенциального покупателя. «Порой приходится долго возиться с программой такого покупателя, - как-то признался мне руководитель по туризму бухарской фирмы «Ориент» Рустам Абдуллаев, - мы закладываем сюда все, что интересует и хочет потребить западный турист, но все затраты окупаются. Главное – проявить выдержку и наладить контакт с ним, ведь индивидуальные посетители весьма капризны». По оценкам ВТО, в мире на индивидуальные программы приходится около 20-30% всех туристских прибытий, а в Узбекистане с частной (то есть индивидуальной) целью в республику въезжает около 60% всех посетителей. Как видно из этого, данная тенденция имеет особое развитие в нашем регионе.

В-шестых, среди потребителей растет **информированность о качестве** турпродукта. Многие потенциальные покупатели расспрашивают о сервисе и состоянии объектов туристской инфраструктуры у тех людей, которые уже побывали в данной стране. Некоторые черпают такие сведения из Интернета, специализированных изданий. Дело в том, что существует определенная градация в уровне услуг, и если качество хотя бы уступает в 2-х случаях из десяти, то турист может отказаться от поездки, если даже она будет дешевле или обещают скидки. «Западный потребитель привык к качеству и в этом отношении он готов платить за него, - таково мнение узбекского эксперта Максуда Абдуллаева. – Он не требует роскоши, она ему, впрочем, и не нужна. Но качество средств размещения, питания и экскурсий должно быть приемлемым». Поэтому любой турист, прежде чем выехать в зарубежную страну, тщательно проверяет уровень и качество местных услуг, и настаивает, чтобы в договора о туристическом обслуживании были внесены пункты об этом, а также возмещение, если качество окажется не на стандартном уровне.

В-седьмых, потребитель интересуется и **состоянием окружающей среды**. «Вряд ли стоит ожидать массового прибытия туристов в страны, где экологическая обстановка явно неблагоприятная, - отмечает М.Абдуллаев. – Загазованность улиц, неубранный мусор, плохое качество питьевой воды и продуктов питания вызывают у западных туристов негативную реакцию. Если их опасения оправдываются, то они прерывают свое турне и возвращаются домой». При опросе узбекистанских турфирм, около 55% признались, что их иностранные партнеры интересовались экологическими вопросами путешествия. Как видно из этого, создание благоприятной природной среды в национальном масштабе является залогом успешной работы турпредприятий на зарубежных рынках.

В Узбекистане экологическая обстановка не такая уж серьезная, чтобы турист проявил опасение для приезда сюда. Существующая

система очистки воды, серьезные природоохранные мероприятия, проводимые государством, а также система наказания за нарушение экологии позволяют формировать качественное состояние окружающей среды. Стоит вспомнить Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по сохранению природных богатств и развитию системы оздоровления и отдыха в Чимган-Чарвакской курортно-рекреационной зоне» от 6 сентября 2001 года, в котором ставятся вопросы сохранения природных ресурсов на вышеуказанной территории. Естественно, такой подход вызывает необходимость соблюдения уровня экологической безопасности и предоставления высокого качества услуг со стороны туристской инфраструктуры.

С другой стороны, неблагоприятное состояние окружающей среды служит причиной развития особого вида туризма, связанного с ознакомлением людей с процессом негативного воздействия цивилизации на природу. Обычно такими маршрутами пользуются сторонники «зеленого движения» («Гринпис»), а также студенты и школьники, изучающие эти процессы. В Узбекистане такая обстановка сложилась в Приаралье, и, в частности, для японских туристов уже отработаны маршруты в этот регион, где они изучают ситуацию и принимают участие в озеленении. Кроме того, при возвращении домой некоторые из них оказывают пожертвования или перечисляют средства в специальные фонды, связанные с восстановлением природной среды.

В-восьмых, европейцы проявляют **интерес к ведению здорового образа жизни и питании**. Поэтому туризм они рассматривают как одну из приятных форм такой модели. В туристские программы они часто включают время, необходимое для занятия спортом, плаванием, получения лечебно-оздоровительных процедур, диетической пищи. Узбекистанские курорты в большинстве своем связаны с восстановлением здоровья, что может быть притягательным для иностранцев, но в то же время в них мало сервиса, связанного со спортом. Видимо, этот аспект необходимо прорабатывать не столько турфирмам, сколько учреждениям, предоставляющим соответствующие оздоровительные услуги. Скорее всего, здесь уместна кооперация курортов, санаториев с объектами спортивного значения.

В-восьмых, довольно **высокий доход пожилых** превращает их в массовых путешественников. Система социального и пенсионного обеспечения, которая сложилась на Западе, имеет устойчивое и стабильное развитие, гарантируя пожилым людям средства не только на проживание, но и путешествия. По некоторым оценкам, такая категория людей составляет до 40% всех туристов, а в некоторых направлениях ее доля выше. Основным мотивом является не только

познание истории и традиций других стран или интерес к ландшафтной природе. Порой это бывает религиозный, этнический фактор, а также ностальгия по местам, в которых туристы когда-то побывали.

Для Узбекистана последняя мотивация весьма актуальна. В республике имеется значительное число культовых объектов, имеющих значение для исламского мира, и которые являются притягательными для паломников и пилигримов. По мнению эксперта Сергея Данилова, значительное число из таких исламских стран как Индонезия, Малайзия, Иран, Пакистан, Объединенные Арабские Эмираты, Иордания, Египет прибывает с религиозной целью, чтобы поклониться мощам святых, похороненных в Самарканде, Бухаре. И среди таких паломников доля пожилых составляет около 70-80%.

Нужно также сказать, что за пределами Узбекистана проживает свыше 7 млн. этнических узбеков, которые хотели бы посетить историческую родину. И такую возможность они получают при достижении пенсионного возраста (когда уже есть свободное время и имеется необходимый объем средств).

Ностальгический туризм развит среди тех, которые когда-то проживали в Узбекистане и теперь им хотелось бы еще раз побывать в этой стране. Такая доля весьма высока среди эмигрировавших в Грецию, Польшу, Германию, Израиль, страны СНГ. «Узбекистан приютил многих беженцев во время Второй мировой войны, а также во времена преследования инакомыслящих в 60-70 годы в Европе, в частности, в Греции, - отмечает эксперт Тамила Абдуллаева. – Естественно, эти люди со временем вернулись обратно. Но сейчас испытывают ностальгию ко второй родине, некоторые из них хотят вновь ступить на узбекскую землю, прежде чем покинут этот мир».

В-девятых, потребитель ищет **территории со спокойной политической обстановкой**. Конечно, есть любители авантюристического туризма, которые стремятся посетить страны, где происходят военные действия или политические потрясения, но их доля весьма мала. Подавляющая часть не желает «щекотать нервы» и усложнять свое спокойствие всякими опасностями. Отмечается тенденция, что в странах, где в той или иной степени проявляется политическая нестабильность, пропорционально уменьшается туризм. Например, едва на Ближнем Востоке усложняется обстановка, как сокращается объем туристских прибытий в данный регион.

После трагических событий, имевших место 11 сентября 200 года, и последующей антитеррористической операции в Афганистане, сократился поток туристов в государства Центральной Азии. По свидетельству зарубежных турфирм, правительства призвали граждан воздержаться от поездок в близлежащие к Афганистану государства

Это сильно ударило по состоянию международного туризма в Узбекистане. «Такой ситуации мы не испытывали давно, - признался эксперт Рустам Абдуллаев. – Хотя в республике спокойная ситуация и приняты все меры безопасности, однако туристы предпочитают не рисковать». Поэтому многие узбекистанские туристские компании выражают надежду, что в Афганистане наконец-то воцарит мир и туристский поток возобновится в Центральную Азию.

Сейчас растет интерес ко многим видам и формам туризма. В Узбекистане, как отмечено в таблице № 2.1 прослеживают перспективы тех или иных из них, а также как вовлекаются регионы в туристский процесс. Подавляющее число прибывших иностранных туристов, находятся в стране с историко-познавательными целями или с целью бизнеса. С другой стороны, все больше туристов желают посетить родственников и друзей (ностальгический туризм, частная виза).

Таблица № 2.1. Возможности развития туризма на различных территориях Узбекистана

Территории/ формы туризма	Город	В 10-20 км от города	Сельская местность	Неосвоенные территории
Историко-познавательный	3	2	1	0
Археологический туризм	2	3	3	2
Экологический туризм	0	2	2	3
Приключенческий туризм	1	2	2	3
Фермерский или сельский туризм	0	2	3	1
Водный (морской) туризм	0	0	2	3
Этнографический туризм	1	2	3	0
Конгресс- и бизнес-туризм	3	1	1	0
Специализированный туризм	1	2	2	2
Курорты и санатории	1	3	3	3
Религиозный туризм	3	3	2	0
Молодежный туризм	1	2	2	3
Геронтологический туризм	2	3	2	1
Караваннинг	0	2	3	3
Шоп-туры	3	2	1	0

Примечание: 3 – высокие потенциальные возможности, 2 – средние потенциальные возможности, 1 – низкие потенциальные возможности, 0 – отсутствие какого-либо потенциала для развития данной формы туризма.

В этой связи совершенно по-разному оценивается местность с точки зрения привлекательности туристов. Город и близлежащие окрестности Узбекистана – это интересная территория для историко-познавательного, религиозного, бизнес и научного туризма, поскольку эти поселки в

наибольшей степени концентрируют объекты истории, культа, здесь же расположены органы государственного управления, предпринимательства, науки и просвещения. В свою очередь, сельская местность приспособлена для развития фермерского, этнографического, археологического и специализированного (охота, рыбалка, ремесленничество, музыка и фольклор) туризма. Неосвоенные территории привлекают молодежь, любителей приключенческих, водных, горных и экологических туров, а также караваннинга.

Западный потребитель отличается от восточного многими качествами, и поэтому турагентствам, занятым формированием турпродукта, необходимо знать следующее:

Во-первых, евротуристы среднего и ниже достатка (а они составляют до 90% всех туристов) предпочитают простые, без излишеств номера, но вполне с приемлемыми стандартами для проживания. Гостиничные цены от 100 долларов и выше не всегда устраивают массового покупателя, который хочет иметь определенную скидку. Дело в том, что, прибыв в страну, он не намерен отсиживаться за свои деньги в отеле, и номером пользуется фактически 1/3 часть времени (для сна и отдыха), тогда как подавляющую часть времени проводит на экскурсиях, питаясь в ресторанах и кафе, делая покупки.

Между тем, не всегда турист готов довольствоваться и номерами в отелях с качеством в одну- и две звезды (если, конечно, он ранее не был информирован об этом, знал об отсутствии других средств размещения, или это для него не имело значения).

Для такого потребителя турпродукта необходимо хотя бы самое элементарное: горячая и холодная вода, отопление зимой и охлаждение летом, чистое белье и отсутствие насекомых в номере, спокойствие и ненавязчивый сервис.

Узбекистан уже создает хорошую сеть небольших частных гостиниц и домовладений, в которых сервис не уступает западным, а цена вполне умеренная (все предприятия имеют лицензию Национальной компании «Узбектуризм»). Среди них ставшие популярными у западных туристов бухарские «Ориент», «Саша и Лена», «Сиявуш», ташкентские – «Орзу», «Сам-Бух», «Гранд-Орзу», «Бек», «Ровшан», хорезмские - «Арканчи», «Лола», «Малика», «Исламбек» и другие. Частные гостиницы становятся хорошими конкурентами для крупных отелей. Конечно, им не по силу прием больших партий туристов, но для индивидуалов и малых групп – они просто находка.

Во-вторых, западные туристы стремятся к отдыху на природе. Любой тур, какой бы он не был, должен быть косвенно связан с оказанием досуга или отдыха на природе. Оценки некоторых экспертов позволяют судить, что не менее 30% всех туристов желают побывать в

природной среде, ознакомиться с местным ландшафтом. Посетители любят сравнивать окружающий мир со своей страной, выискивая полезное для себя. Это формирует особое экологическое представление о регионе и создает определенный «романтический имидж».

В-третьих, все меньше среди иностранных туристов любителей пассивного отдыха. Большинство предпочитают более активные действия: пешие прогулки по городам и горам, катание на велосипедах, на лошадях, участие в сельхозработах или строительстве «экзотических» сооружений. «Мы были поражены, когда наши клиенты попросили предоставить им возможность побывать на уборке хлопка-сырца, - признается Рустам Абдуллаев. – Они с интересом собирали урожай, поскольку никогда раньше не видели, как производят хлопок. Некоторые из них потом участвовали на «хашаре» – строительстве дома в одном из селений под Бухарой. Для туристов это было в диковинку – всем населением возводить для отдельной семьи жилище».

Как видно из этого, восточная экзотика в разных ракурсах может привлекать иностранных потребителей. У турфирм существует несколько стандартных пакетов, но не все из них готовы реально разрабатывать новые, с учетом пожеланий иностранцев. Чаще всего, в старые вносят просто коррективы – и не более.

В-четвертых, приключенческий туризм и новые ощущения – это то, чего западные туристы не всегда могут получить у себя на родине. Особые горные тропы, сложные для катания на байдарках реки, путешествия по пустыням на верблюдах, участие в охоте с соколами – такие предложения уже имеются на узбекском рынке, и спрос на них растет с каждым годом. Хотелось бы отметить, что в регионе можно развивать и такой вид приключенческого туризма как военный туризм. Есть много желающих покататься на боевой технике, пострелять из танкового орудия, совершить прыжки с самолета вместе с десантниками – это одна сторона такого тура.

Другая – предоставлять возможность участвовать в сценических боях, которые имели место много сотен лет назад: одетые, например, в снаряжения воинов Амира Темура, туристы «сражались» бы с армией Тохтамыша, князя Белой Орды. Несомненно, это послужило бы проявлению интереса к истории Центральной Азии, а с другой стороны – способствовало бы увеличению валютного дохода.

В-пятых, история, культура и фольклор в сельской местности порой притягивает многих западных туристов. Не стоит забывать, что Узбекистан – это страна с восточной экзотикой, которая много десятилетий была закрытой для массового зарубежного потребителя. Узбекистанские турфирмы отмечают растущий интерес к деревенскому и фермерскому туризму, посетители нередко желают участвовать в

национальных торжествах, например, свадьбах, праздниках (Навруз) в отдаленных районах, послушать там народные песни и увидеть танцы. «Чем дальше от урбанизированного города, тем больше «нетронутый» современной цивилизацией и поэтому естественный образ жизни у сельчан», - говорит Рустам Абдуллаев. Он отметил, что среди его туристов были такие, кто проявлял неподдельный интерес к сельскому сектору.

В-шестых, **совместный туризм** – это новое направление, которое уже давно распространено в мире, но только начинает осваиваться в Узбекистане. Туристам дается возможность прожить некоторое время в семьях, в страну которых они въехали, на правах гостя . Они выполняют те же обязанности, что и другие члены семьи, изучают быт и традиции, язык и культуру, то есть непосредственно соприкасаются с социальной средой. Им становится понятен образ жизни и мировоззрение узбекистанцев, и уважение к народу они сохраняют в течение многих лет жизни. Совместный туризм предполагает и проживание в туристской деревне, то есть в средствах размещения, расположенных в сельской местности. Здесь посетители ведут научную этнографическую, антропологическую и культурологическую работу, некоторые просто наслаждаются местной жизнью.

В-седьмых, пожилые люди требуют особого подхода. Хотя из них большинство не капризны, однако они имеют полное право получать то, чего хотят и за что заплатили. Западное мировоззрение навязывает определенную этику в поведении: я заплатил – ты окажи соответствующую услугу. Если турпродукт окажется не «на высоте», то пожилые люди могут воспринять это как неуважение к своей личности, ведь им не всегда понятно, что не все предприятия добросовестны к клиентам.

Туризм приобретает новые черты, которые стали явно проявляться уже в конце 90-х годов и в начале нового столетия стали доминировать на сегменте туристских услуг. Одним из них считается «пентатлон» - пять новых форм туристского досуга: плавание, загар, релаксация, игра в гольф и развлечения. Данный турпродукт уже в настоящее время реализуется на многих рынках Европы и Азии под лозунгом «До Олимпийских игр» и число их потребителей ежегодно превышает сотни тысяч человек. По некоторым оценкам доля «пентатлона» в общем объеме всех реализуемых в мире турпродуктов составляет от 12 до 20%. Между тем, по прогнозам, эта доля может возрасти до 25% и выше, если турфирмы начнут более детальное изучение рынка с целью поиска потенциальных покупателей и активное продвижение турпродукта.

Сейчас «пентатлон» пользуется спросом в зонах Адриатического и Красного морей, в Юго-Восточной Азии. Чаще всего, эту форму услуг

предоставляют курорты, поскольку для «пентатлона» необходимы пляжи, открытые и закрытые бассейны, теннисные корты, клубы здоровья, возможности для занятия разнообразными водными и сухопутными видами спорта и поле для гольфа. По мнению узбекских экспертов, подобное направление возможно развивать и в Узбекистане. Делать упор только на историко-познавательный туризм – это, значит, ограничивать себя в возможностях и упускать выгоду. В республике существуют рекреационные зоны, в которых предоставляется оздоровительный и спортивный сервис, имеются соответствующие квалифицированные кадры. Необходима только «подгонка» инфраструктуры под западные стандарты, и тогда можно ожидать, что на национальный «пентатлон» появится спрос на европейских и азиатских рынках. И здесь требуется тщательный маркетинг, проведение рекламы, участие на международных туристских ярмарках.

Конечно, наивно ожидать большого притока любителей «пентатлона» в ближайшие годы. И дело не только в серьезной конкуренции на мировых рынках, но и в том, что Узбекистан пока не стал особым центром рекреации, и узбекским туроператорам придется прилагать немало усилий, чтобы местный турпродукт привлек внимание иностранных потребителей. Следует рассчитывать на долгую и упорную работу с основными рынками-поставщиками туристов, в частности, Германии, Франции, Японии, Италии. Здесь необходима поддержка и правительства, в частности, дипломатических служб, торговых и иных представительств, которые заинтересованы в экспорте узбекского турпродукта.

В рыночных условиях туризм становится важным фактором стабилизации национальной и региональной экономики, порой он становится единственно эффективным «катализатором» социально-экономического развития депрессивных территорий, возрождения аграрных зон и решения проблем малых и крупных городов. Стимулирующее воздействие туристической сферы на развитие страны проявляется в том, что крупные инвестиции в рекреационное обустройство территории обеспечивают прирост производства не только в индустрии туризма, но и других отраслях. По некоторым оценкам, их доходы только в СНГ в конце 90-х годов возрастали в 3-4 раза, в то время как в экономически развитых государствах – в 5 и более раз.

Несомненно, курортно-рекреационное хозяйство и туризм, всесторонне оказывая влияние на развитие регионов, способствует решению ряда социальных проблем. Оно обеспечивает работой местное население, возрождает ремесла и национально-традиционные уклады хозяйствования и быта, повышает уровень жизни. Стоит привести в пример освоение региона Лангедок-Руссильон во Франции, когда в

начале 90-х годов удалось обеспечить работой в отелях, кемпингах и других предприятиях сферы обслуживания туристов более 30 тыс. человек. Только в США во многих округах платные услуги отдыхающим выступают основным источником существования коренного населения и нередко составляют более 1/ 2 всех его доходов. Мировой опыт показывает экономическую целесообразность развития рекреационного дела, и поэтому вполне понятно, когда многие государства начинают вкладывать серьезные инвестиции в эту отрасль.

Вместе с тем упрощенное представление о туризме лишь как о неиссякаемом источнике пополнения бюджета и валютных поступлений, получившее широкое распространение как среди населения, так и работников органов власти и управления в Узбекистане, может стать серьезным тормозом в развитии туристской сферы и даже привести к колоссальным потерями для общества. Вложенные средства в строительство многозвездочных отелей без создания сопутствующей производственной инфраструктуры, подготовки кадров, повышения уровня обслуживания в итоге не вернуться, а инвесторы понесут значительные убытки. Поэтому порой необходимо проводить серьезные маркетинговые исследования, изучать спрос на национальный турпродукт, упорно и долго работать с клиентами, создавать необходимые условия, прежде чем рассчитывать на доход. Развитие рекреационного дела требует комплексного подхода.

С другой стороны, туризм необходимо рассматривать как самостоятельную, а не подчиненную отрасль экономики с относительно высокой фондо- и капиталоемкостью, имеющей ряд особенностей становления и функционирования, и предполагаемые изменения в сети расселения. Нужно заметить, что только курортно-рекреационное хозяйство в бывшем СССР на конец 1990 года располагало коечным фондом в 5 млн. мест, а годовая пропускная способность превышала 60 млн. человек. Но при этом в сфере туризма сохранялся острый дефицит гостиничных номеров. Так, на 1000 человек приходилось 0,35 места на турбазах и гостиницах, принимающих иностранных туристов (для сравнения: в Югославии до событий 1991 года этот показатель составлял 21,5, в Венгрии – 30,1)[25].

Но уже в то время советская система туризма начинала давать серьезные сбои. По данным Госкоминтура СССР, ежегодные убытки из-за отказа в приеме иностранных гостей достигали $300-400 млн. Таким образом, уровень развития материальной базы в тот период был сдерживающим фактором в расширении рынка рекреационных услуг. Именно этот факт учли новые независимые государства, после распада СССР, создавая свою инфраструктуру туризма.

[25] Смирнова С. Валютный ресурс туризма. Экономика и жизнь, М., 1991, № 2, с.8.

Средства размещения. Конечно, в разветвленной сети предприятий, оказывающих услуги по организации и проведению путешествий, ведущую роль играют гостиницы, мотели и пансионаты. Степень отставания отечественной материальной базы Узбекистана и ее оснащения от требований международных стандартов на начало 90-х годов были велики, и поэтому вполне очевидным был шаг правительства по созданию соответствующей гостиничной базы. Были не только реконструированы отели (в частности, «Шодлик-Палас», «Узбекистан»), но и возведены новые («Интерконтиненталь, «Шератон», «Афросиаб», «Президент-отель», «Бухара-Палас», «Радиссон-Ташкент»). Реконструкции подверглись и ведомственные гостиницы, а также входящие в систему Национальной компании «Узбектуризм».

За рубежом гостиницы высокого класса отличает соответствующий уровень обслуживания клиентов. Так, например, в отеле «Манила» на Филиппинах работники службы приема помнят всех проживающих по фамилиям уже к концу первого дня, что создает ощущение индивидуального обслуживания. Современный этап в развитии гостиничного хозяйства характеризуется значительным расширением спектра предоставляемых услуг. С ростом делового туризма во многих странах были открыты гостиницы, которые оказывают помощь в организации совещаний, подборе информации о деятельности фирм (примером могут служить отели «Окура» в Японии и «Виста интернешнл» в США). Они имеют специальную службу секретариата и оснащены оборудованием для сбора и обработки необходимой информации.

В последние годы широкое распространение получила новая организация и проведение конгрессов на расстоянии при помощи телевидения и видеосистем. Участники таких форумов ведут обсуждение проблем, не выходя из комнат. Например, американская фирма «Хитт отель корпорейн» через свой филиал проводит видеоконференции с использованием новейшего оборудования, установленного в 25 гостиницах в 22 городах и охватывающего 3/4 деловых центров США.

Кстати, отдельные гостиничные предприятия специализируются на предоставлении нетрадиционных видов услуг, например, «гарантируют сон» людям, страдающим бессонницей. В таком отеле посетитель оплачивает время глубокого сна, из расчета 1 фунт стерлингов в час.

В мире наряду с гостиницами, мотелями и пансионатами важными элементами туристической инфраструктуры являются кемпинги, молодежные турбазы, рекреационные центры для семейного отдыха, горные хижины, санатории и дома отдыха, туристские и спортивные лагеря, стоянки для трайлеров, а также сдаваемые в аренду квартиры, дачные дома, фермы и прочие объекты, составляющие дополнительную базу средств размещения. Стоит вспомнить, что в начале 80-х годов

количество мест в дополнительных средствах размещения в 1,6 раза превышало европейский гостиничный фонд, в начале 90-х годов - в 1,8 раза, в начале 2000 года – почти в 2 раза. Нужно при этом заметить, что они не требуют больших капитальных вложений, но могут приносить значительный доход.

В настоящее время большим спросом пользуется отдых в кемпингах. В зависимости от уровня и ассортимента предоставляемых услуг кемпингу присваивается соответствующий разряд – «две звезды», «три звезды», «четыре звезды». Добавим, что кемпинги высокого разряда имеют рестораны, бары, спортивные площадки. При этом различны условия проживания в них – от личных или арендуемых палаток и легких домиков-бунгало, используемых в основном малообеспеченными семьями, до собственных домиков-прицепов, которые имеют душ, туалет, кухню, холодильник и напоминают дачу на колесах. Кстати, в начале 80-х годов в кемпингах останавливался каждый третий турист Франции, пятый – Германии и шестой – Испании.

В последние годы особый размах получило строительство туристских деревень. Это сезонные учреждения рекреации, функционирующие в течение 4-5 месяцев в году (чаще с мая по сентябрь), но есть и такие, которые предоставляют специфические услуги и зимой (охота, праздники, баня, катание на санях и пр.). В отличие от кемпингов они лучше оборудованы в санитарно-техническом отношении и организуют не только проживание и питание посетителей, но и активный отдых и развлечения, что обеспечивает высокую экономическую эффективность их работы. Стоимость обустройства «туристской деревни» на 30-50% ниже, чем возведение средней гостиницы. Экономия средств достигается благодаря тому, что при строительстве жилых и служебных помещений используются сборные конструкции и не прокладывается сеть теплоснабжения.

Экспертами отмечается и такая тенденция, как увеличение спроса на сеть туристских баз и рекреационных центров для семейного отдыха. Они работают по принципу самообслуживания: проживающие сами по очереди выполняют функции обслуживающего персонала. Около 6% англичан проводят отпуск в таких центрах.

Кроме того, важное место в структуре средств размещения занимают арендуемые квартиры и домики. Эта тенденция характерна и для Узбекистана. При опросе 1000 домохозяйств г. Ташкента 79% выразили желание сдавать в наем иностранным туристам часть жилого помещения, 46% - полностью квартиру на короткое время и 32% - на длительное время. Более того, 7% из опрошенных осуществляют такую деятельность (при этом не уточнялось, делают они это официально или нет)[26].

[26] Данные Ассоциации путешественников «Рабат Малик» за 2002 год.

За рубежом договор об аренде помещения заключается нередко при посредничестве туристической фирмы, которая одновременно является совладельцем квартиры или дома. Например, французская фирма «Клеботаль мультипропрьете» может предложить клиенту около 3 тыс. квартир, расположенных в более чем 20 курортах. При этом возможна аренда с последующим выкупом имущества на условиях долевого участия. В таких случаях (владелец и туристская фирма) заключают договор, по которому за фирмой сохраняется право пользования жилым фондом для размещения отдыхающих в «сезон пик» на протяжении ряда лет. После истечения установленного срока помещение полностью переходит в собственность его владельца.

В Узбекистане особой популярностью пользуются частные домики-гостиницы, имеющие лицензию Национальной компании «Узбектуризм» на право туристической деятельности. Такие дома в основном рассчитаны на прием иностранных туристов до 10-12 человек и расположены в Ташкенте, Бухаре, Самарканде и Хиве. Кстати, по данным социологического опроса, проведенного среди итальянских и немецких туристов (100 человек), 2/3 выразили желание жить в национальных домах, но чтобы сохранялся современный сервис и имелось стандартное сантехническое оборудование. Основу такого желания туристы мотивировали необходимостью «окунуться в национальный быт и традиции», получением непосредственного, осязаемого удовольствия от встречи с незнакомой культурой.

Согласно данным ВТО, к началу 1998 году в мире насчитывалось около 29 млн. мест в отелях и аналогичных заведениях[27]. Но более точную оценку трудно дать, поскольку в статистику размещения иногда не входит частно-индивидуальный сектор (сдаваемые в аренду жилые помещения: квартиры, дома, дачи, виллы и т.д.). Между тем, за период с 1980 по 1997 годы численность мест в отелях увеличилась на 78% при ежегодном росте в 3,5%.

Самый большой рост мест в гостиничном секторе отмечался в Восточной Азии и Тихоокеанском регионе. Здесь при ежегодном темпе роста в 13,6% емкость гостиничных мест составила 5,9 млн., то есть за 17 лет увеличилась в 9 раз. Самые низкие темпы были в странах Европы и Америки. Однако в 1997 году Европа предоставляла около 39% всех мест в мировом туризме, тогда как Америка – 32 и Восточная Азия и Тихоокеанский регион – 23%. По мнению экспертов, Европа и Северная Америка в настоящее время предоставляет около 2/3 всех мировых средств размещения.

Лишь 43 страны имели в совокупности гостиничные номера, превышающие 100 тыс. единиц. Среди них Аргентина, Австралия,

[27] Tourism Highlights 1999, WTO, Madrid, p.10.

Австрия, Бельгия, Бразилия, Болгария, Канада, Китай, Чехия, Египет, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Венгрия, Индия, Индонезия, Ирландия, Италия, Япония, Южная Корея, Малайзия, Мексика, Нидерланды. Норвегия, Польша, Румыния, Россия, Испания, Швеция, США, Венесуэла, Таиланд и пр. (см. таблицу № 1.27). В Узбекистане к 2006 году номерной фонд гостиниц насчитывал 8,3 тыс. единиц, в которых можно было разместить около 17,5 тыс. человек. По данным эксперта Ч.Хусанова, за 1999-2003 годы количество номеров возросло на 12,6%, а мест – на 9,3%[28]. При этом следует уточнить, что в начале 2004 года в республике насчитывалось 166 гостиниц, из которых 15 – четырехзвездочные (международного класса), 29 – трехзвездочные (туристского класса), 51 – двухзвездочные (бюджетного класса), 5 – однозвездочные (студенческого класса), 71 – B&B и старого типа[29].

Таблица № 2.2. Мировой рынок гостиничных мест

Территория	Рынок гостиничных койко-мест, тыс. ед.			Динамика изменения рынка гостиничных мест, %		
	1980	1985	1997	1980	1985	1997
Европа	8542	8637	11375	52,5	47,3	39,3
Америка	6436	6933	9334	39,5	38,0	32,2
Восточная Азия/ Тихоокеанский регион	763	1694	6708	4,7	9,3	23,2
Африка	269	525	825	1,7	2,9	2,8
Ближний Восток	141	254	400	0,9	1,4	1,4
Южная Азия	126	198	310	0,8	1,1	1,1
Итого	16277	18241	28952	100	100	100

Обозначение средств размещения в каждой группе в разных странах может, конечно, различаться, а некоторые виды размещения, которые существуют в одной стране, могут вообще отсутствовать в других государствах. ВТО предложило ввести универсальную систему классификации гостиниц, чтобы избежать путаницы и обмана туристов. Эти стандарты не стали обязательными во многих регионах мира, но на них уже ориентируются большинство гостиничных цепей. В Узбекистане принята классификация гостиниц по «звездочкам» и она начала действовать с 1 января 2000 года. Ее авторами стали Национальная компания «Узбектуризм» и Государственный комитет Узбекистана по стандартам и сертификации. До этого классификация по «звездам» в республике была условной (хотя применялись временные положения

[28] Хусанов Ч. Указ. Соч., с 19.
[29] Данные Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан на начало 2004 года.

классификации «Узбектуризма»), больше ориентированной на стандарты советского периода (по категориям).

Система классификации гостиниц по пятизведочной шкале принята в Испании, России, Венгрии, Швейцарии. Во Франции гостиницы делятся на шесть категорий: без «звезд», от одной до четырех «звезд» и четыре «люкс». В Португалии средства размещения имеют восемь классов: гостиницы, пансионы, пусадос (малые гостиницы, находящиеся под контролем государства), малые гостиницы, мотели, апарт-отели, туристские деревни и дома для приезжих. Голландские гостиницы подразделяются по «ключам». В Великобритании параллельно с системой пять «корон» действуют стандарты, разработанные фирмой Business Travel International. Кстати, последним отдает предпочтение ВТО. В соответствие с ее стандартами гостинице может быть присвоен один из девяти разрядов от moderate tourist до superior deluxe. В Объединенных Арабских Эмиратах «звезды» себе присваивает владелец, и порой бывает, что их число достигает семи и более[30].

Но не во всех странах придерживаются такого подхода. Например, в Финляндии отели и гостиницы вообще не классифицируются. Но качество услуг от этого там нисколько не ниже, чем в «звездочных» средствах размещения. Поэтому количество гостиничной «астрологии» непосредственно связано с качеством и объемом предоставляемых услуг, и правительство, которое регулирует эти аспекты, порой принимает жесткие нормы. Скажем, самые «крутые» правила действуют во Франции и Испании. Если гостиница не соответствует уровню, она тотчас теряет статус или ее вообще закроют. В Германии, хотя хозяева могут сами присваивать себе «ранги», однако никогда не завышают их, поскольку любая профессиональная организация (скажем Ассоциация гостиничных работников) может проверить их должный уровень. Авторитет этих организаций настолько высок, что при выявлении несоответствия и сообщения об этом в СМИ немецкий потребитель просто больше не сунет носа в данную гостиницу. Таких же стандартов придерживаются в Чехии и Израиле.

В Швейцарии используют критерии, разработанные экспертами Швейцарского гостиничного сообщества (SSH) – одного из самых старых и уважаемых объединений в мировом гостиничном хозяйстве. Их авторитет настолько высок, что многие владельцы гостиниц из других стран приглашают экспертов SSH к себе, чтобы те дали оценку по швейцарским стандартам.

В Италии владельцы гостиниц ведут себя осторожнее в отношении «звездности» своих заведений. И дело не в скромности, просто за

[30] Коммерсантъ, № 44, 2000, 16 марта, с.19.

каждую «звезду» правительство берет больший налог, и поэтому зарегистрированные отели как двух-трехзвездные порой имеют качество услуг четырех и пятизвездочных. Но здесь иногда менеджеры идут на хитрость – добавляют к звезде определенные категории plus, super и т.д. – и за это не нужно платить никаких налогов. Таких подходов, кстати, стали придерживаться и заведения России (только в Москве уже сейчас можно встретить гостиницы 4-плюс, 5-плюс).

Согласно Стандартной классификации видов деятельности в туризме (СИКТА), сейчас в международной практике насчитывается 185 отдельных видов туристской деятельности, большинство из которых напрямую предоставляются посетителям. Между тем, лишь немногие из этих видов деятельности осуществляются исключительно для внутренних и международных визитеров в какой-либо стране. Обычно их потребителями являются как посетители, так и не посетители (например, местные жители), которые также пользуются услугами данных учреждений. Это относится к ресторанам, барам, столовым, а также паркам отдыха. Тем не менее, эти виды деятельности имеют важное значение для понимания влияния туризма на национальную или региональную экономику, а также для оценки экономического воздействия туристских расходов в определенном районе.

Хотелось бы отметить, что немногие национальные туристские администрации обладают ресурсами для описания всех заведений, прямо или косвенно занимающихся этими видами деятельности. В таблице № 2.3 указываются основные классификации, которые могут представлять интерес для специалистов, занимающихся маркетингом туристского предложения. Как видно из нее, 65% всей туристской инфраструктуры приходится на объекты питания и рекреации, в то время как на транспорт и услуги турфирм – менее 20%. Европа и Ближний Восток уже имеют сеть средств размещения, которая при стабильном туристском потоке удовлетворяет все потребности, в то время как развивающиеся страны Латинской Америки, Центральной Азии и Юго-Восточной Азии могут увеличивать гостиничные мощности. Поэтому в настоящее время в туриндустрии Узбекистана средства размещения должны играть одну из ведущих ролей в оказании услуг иностранным и отечественным туристам.

Просчитанный подход к туризму в ряде стран привел к тому, что эта сфера стала приносить серьезные финансовые поступления, а в 1999 году во многих государствах наблюдалась тенденция увеличения рост посещений (см. таблицу № 2.4). Всего, согласно данным Всемирной туристской организации, в 1999 году динамика туризма составила 3,2% по сравнению с предыдущим периодом. Общее число туристов составило 657 млн. человек, которые принесли доход мировому туризму

в размере $455 млрд. Наибольший рост объема туризма наблюдался в Испании и Китае, в то время как в Соединенном Королевстве был отмечен нулевой рост, а в Польше произошел спад почти на 5%.

Таблица № 2.3. Основные типы туристских заведений, их средняя доля в мировой туристской инфраструктуре и оптимальная (эффективная) – в Узбекистане (по мнению экспертов)

Типы туристских заведений	Доля в мировой туристской инфраструктуре (средняя оценка)	Оптимальная доля в узбекской туристской инфраструктуре
Средства размещения	**16**	**20**
- гостиницы и мотели	5	8
- пансионаты и приюты	2	2
- кемпинги и стоянки для автофургонов	3	2
- оздоровительные средства размещения (курорты, лечебные заведения)	4	7
- прочие виды размещения	2	1
Заведения общественного питания	**23**	**13**
- рестораны	10	4
- бары и другие заведения с подачей напитков	10	6
- ночные клубы и варьете	3	3
Транспорт и другие средства коммуникации	**15**	**20**
- воздушный транспорт	6	8
- междугородный железнодорожный пассажирский транспорт	3	6
- междугородные и экскурсионные автобусы	2	5
- круизные и речные суда	4	1
Объекты рекреационных, культурных и спортивных мероприятий	**42**	**44**
- театральные представления, концерты и аналогичные мероприятия	4	2
- парки отдыха	7	2
- природные парки и заповедники	3	4
- музеи, пантеоны	2	3
- исторические объекты и здания	8	20
- массовые спортивные сооружения	5	4
- игорные заведения, тотализаторы и казино	6	1
- спортивные объекты для использования посетителями	1	4
- выставки, фестивали и другие специальные мероприятия	4	2
- конгресс- и конференц-центры	2	2
Прочие услуги	**4**	**3**
- турагенты (принимающая фирма)	1	1
- туроператоры (направляющая фирма)	1	1
- экскурсоводы и экскурсионное обслуживание	2	1

Если рассматривать региональный туризм, то эксперты отметили, что после двух лет негативного результата в Азиатско-Тихоокеанском регионе произошел серьезный сдвиг в сторону увеличения туристских прибытий до 94 млн. человек (что составило 7,5% по сравнению с предыдущим годом). За последнее десятилетие рост прибытий был также в Центральной Америке на 23%, на Ближнем Востоке - на 17,5%, Южной Америке – на 10% и Африка – на 9%.

Таблица № 2.4. Статистика международного туризма в десяти странах в 1999 году

Страна	Прибытия, млн. человек	Темпы роста
Франция	71,4	+2,0
Испания	51,958	+8,8
Соединенные Штаты Америки	46,938	+1,3
Италия	35,839	+2,9
Китай	27,047	+7,9
Соединенное Королевство	25,74	0
Мексика	20,216	+2,0
Канада	19,556	+3,8
Польша	17,94	-4,5
Австрия	17,63	+1,6

По мнению многих зарубежных экспертов, Центральная Азия располагает значительным туристическим потенциалом, способствующим перераспределению в регион мировых туристических потоков.

Спрос на турпродукты. Трудности переходного периода, естественно, сказываются на такой сфере экономики как туризм. Среди повседневных забот спрос у населения в ранге потребностей на услуги индустрии гостеприимства снизился с 5-6 места в середине 80-х годов до 23-27 места в конце 90-х. В настоящее время 78% респондентов считают, что туризм обслуживает только клиентов с высоким или, в крайнем случае, со средним достатком. У семей с низким уровнем дохода на одного члена средств на отдых практически не остается. В то же время, согласно опросам, проведенным в декабре 2000 года в Ташкенте экспертной группой «Пирамида+» среди 500 человек, около 69% взрослого населения не отказались от идеи организованного отдыха, в частности, в домах отдыха, турбазах, туристских поездок по Узбекистану. В целом, ориентация на отдельные способы организации отдыха характеризуется следующим распределением (см. таблицу № 2.5).

Таблица № 2.5. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы желаете и как можете провести свой отпуск?» (разрешено несколько ответов)

Варианты ответов	Желаю	Могу
В поездке в дальнее зарубежье	79	7
В поездке по странам СНГ	60	31
На турбазе, в доме отдыха Узбекистана	54	47
На курорте Узбекистана без путевок	12	20
В самостоятельных поездках по новым местам Узбекистана	43	29
В турпоходах по заповедным местам Узбекистана	54	35
В сельской местности Узбекистана	30	45
В основном на даче, садовом участке	24	37
Использовать отпуск для дополнительного заработка	16	96

Как видно из таблицы № 2.5, значительно высокая дистанция между желанием и возможностями респондентов совершить путешествие в дальнее зарубежье (то есть за пределы Содружества), практически из 11 желающих лишь 1 способен осуществить такую поездку. Разница в 2 раза заметна у респондентов, отвечавших на вопрос об отдыхе на пространстве СНГ. Многим оказался по карману тур по республике, но при этом стала очевидна такая любопытная тенденция, что использовать отпуск для дополнительного заработка имели возможность 96%, тогда как лишь 16% хотели так распорядиться свободным временем. Как видно из этого, желание отдохнуть «на всю катушку» не пропало даже в эти сложные в экономическом смысле времена, дело лишь за туристской инфраструктурой предоставить такую возможность в рамках имеющихся финансовых средств у населения.

Материальное благополучие – основа для потребления услуг туристской инфраструктуры. Как говорилось выше, уровень потребления зависит от состояния дохода семьи. Желающих поехать в дальнее зарубежье в семьях с высоким уровнем душевого дохода было выше в 2 раза, чем в семьях с низким уровнем, и в 1,5 раза – чем в семьях со средним уровнем душевого дохода (см. таблицу № 2.6).

Таблица № 2.6. Распределение установок потребностей респондентов с различным уровнем ежемесячного дохода на 1-го члена семьи на приобретение турпакета

Виды туров	Потребители		
	С низким уровнем душевого дохода	Со средним уровнем душевого дохода	С высоким уровнем душевого дохода
В дальнее зарубежье	30	41	64
По СНГ	39	59	73
По Узбекистану	44	66	80

Говоря о таблице № 2.6, необходимо отметить, что заметна тенденция спроса на туризм со стороны респондентов, которые имеют достаточные средства для его совершения (со средним и высоким уровнем душевого потребления). И чем больше финансовыми средствами располагает потенциальный покупатель турпакета, тем больше объемы его интересов: интересы растут от местного туризма до международного. Семьи, располагающие высокими материальными возможностями, почти в 1,5-2 раза чаще готовы путешествовать по республике, СНГ и в дальнее зарубежье, чем семьи, у которых возможности ограничены. И если в семье с высоким уровнем душевого дохода на 100 желающих выехать в дальнее зарубежье приходится 114 по СНГ и 125 человек по Узбекистану, то в семье со средним, соответственно, 100:143:160, с низким – 100:130:146. Как видно из этого, разрыв в семьях с высоким материальным положением в направлениях путешествий незначителен, то есть эта группа с таким же успехом готова купить местный турпакет, так и отправиться в зарубежное турне. В то же время в семьях со средним или низким достатком разрыв более значителен в выборе направлений вояжа: цены на услуги национального туризма ниже, чем международного, и поэтому у двух первых групп спрос на узбекский туристский продукт будет иметь большую частоту. И именно на это должны ориентироваться узбекские турфирмы, если хотят охватить больше покупателей своих услуг.

В то же время подчеркнем, что данный спрос остается потенциальным, потому что установка на приобретение турпакета еще не означает, что существует реальный спрос на товар (то есть туристические услуги). В данной таблице показывается явление, когда уровень потребности на тот или иной турпакет зависит от конкретного материального положения респондента, его психологии и желания на данный момент, то есть его спрос запрограммирован его уровнем комфортности.

Больше половины опрошенных сказали, что готовы заплатить за туристические услуги в размере месячного дохода, в то время как остальные были готовы получить сервис за более высокую плату, лишь бы этот сервис действительно соответствовал их желаниям (см. таблицу № 2.7).

Таблица № 2.7. Распределение ответов на вопрос: «Какую сумму Вы считаете для себя возможным заплатить за хорошо организованный отдых?»

Вариант ответов	Частота ответов, %
Равную моему среднемесячному доходу	55
Превышающую этот доход в 2-4 раза	30
Превышающую этот доход в 5 и более раз	15

Массовый потребитель туруслуг – это семья с высоким социокультурным статусом (бизнесмены, мелкие предприниматели, служащие с высшим образованием) и со средним и ниже среднего уровня материальным достатком (см. таблицу № 2.8). В то же время потенциальный городской потребитель туристического продукта – это семья, в которой отсутствуют малолетние дети как фактор, сдерживающий человека путешествовать.

Таблица № 2.8. Распределение установок потребителей в зависимости от социального статуса и материального благополучия, % ответов

Категория населения	Зарубежные туры	Туры по СНГ	Туры по стране	Отдых на турбазе, пансионате	Экзотиктуры (турпоходы)
Мелкие предприниматели	36	39	54	58	34
Крупные бизнесмены	54	67	40	38	12
Студенты	30	26	43	32	66
Домохозяйки	15	27	30	70	2
Военнослужащие	41	44	39	45	36
Безработные	10	12	24	39	28
Научные и творческие работники	78	67	40	69	24
Фермеры	26	24	38	45	2
Госслужащие	80	50	53	45	12

Отсутствие серьезного материального достатка в семье является главным фактором невысокого спроса населения на услуги туристической отрасли, что в итоге вынуждает турфирмы проводить более тщательную сегментацию современного узбекистанского туристского рынка. Параметром сегментации может быть принята величина кратная размеру среднемесячного дохода, что позволяет прогнозировать спрос в условиях инфляции и постоянных колебаний уровня доходов населения.

По степени важности для потребителей турпакетов различные аспекты туристического путешествия распределились следующим образом:

- качество обслуживания – 54%;
- программа поездки – 47%;
- безопасность – 59%;
- комфортабельность – 62%;
- цена турпакета – 78%;
- льготность турпакета (если она предоставляется) – 21%.

Как видно из этого, наиболее важным фактором респонденты указали стоимость путешествия и ее безопасность. Естественно, эти факторы должны учитываться туристическими фирмами, готовящими и реализующими турпродукт узбекистанцам для потребления ими как на территории Узбекистана, так и за ее пределами.

Довольно значимым фактором привлечения туристов может быть создание условий для семейного или группового (по интересам) отдыха и туризма. Так, по результатам опросов выяснилось, что предпочитают отправляться на отдых по республике:

- всей семьей с детьми – 65%;
- в компании друзей – 69%;
- с супругом (супругой) – 33%;
- в одиночку – 29%;
- только с детьми – 12%.

В то же время анализ ответов по желанию поездки за пределы страны выявил несколько иные предпочтения у потенциального узбекистанского путешественника. Так, всей семьей с детьми желало отправиться лишь 14% опрошенных, в компании друзей – около 20%, а вот со своей половиной – уже 42%, в одиночку – 37%, только с детьми – 18%.

Таблица № 2.9. Распределение ответов по предпочтениям путешествовать по Узбекистану

	Одиночки		Семейные пары с детьми	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Предпочитающие новые маршруты, места отдыха	66%	40%	43%	36%
Приверженцы старых, изведанных мест отдыха	34%	60%	57%	64%

Как видно из таблицы № 2.9, в отдельных случаях наблюдается разброс во мнениях людей в зависимости от их тяготения к привычным местам отдыха или склонности к новым путешествиям. В целом, более половины опрошенных предпочитают возвращаться в уже изведанные места отдыха. А среди «новаторов» туризма большинство составляют мужчины до 35 лет, преимущественно без высшего образования либо учащиеся и студенты. Сегментируя спрос по возрастным категориям, эксперты отметили, что чем старше человек, тем выше его склонность к старым, уже «проверенным» местам отдыха.

Таким образом, имеется почти в 2 раза больше шансов привлечь на новые туристические маршруты молодежь до 30 лет, чем людей старше 50. При этом следует отметить, что на тягу молодого поколения к новым путешествиям не оказывает решающего влияния и фактор

семейственности, зато в значительно большей степени на выбор места отдыха оказывают влияние социальные параметры клиента: род занятий, профессия, социальный статус, квалификация.

Исследования. Маркетинг туристских поездок предполагает проведение соответствующих исследований. Благодаря им определяется возможность расходов туристов, загрузки средств размещения и транспорта, посещения объектов достопримечательностей и досуга.

Между тем, туристам необходимо знать, что любая туристская поездка должна быть заранее запланированной и подготовленной, и не всегда спонтанно решаться на визит в ту или иную страну. В этом смысле интересны данные социологического обследования, проведенного популярным электронным туристским ресурсом «Паломник.РУ»[31]. Так, на вопрос **«На отдых Вы берете с собой...»,** 41,38% ответили – фотоаппарат, 5,75% – видеокамеру, 32,18% - все вместе, а 20,69% заметили, что не любят сниматься в принципе. Как видно из этого, 4/5 используют технические средства, которые впоследствии приводят к загрузке фотолабораторий и, значит, к доходам этих предприятий. **«Нужен ли Вам бассейн в отеле?»** – это был очередной вопрос, и «Всегда» – так ответили 52,96% респондентов, «Только на зимнем отдыхе» – 6,32%, «Не обращаю внимания» – 40,71%. Ответы разделились практически наполовину, и видимо, туроператорам необходимо учитывать это обстоятельство при выборе средств размещения туристов.

Третий вопрос **«Отправляясь в путешествие Вы...»** вызвал следующие ответы: держитесь в стороне 11,85%, задаете вопросы – 16,30%, спокойно общаетесь – 71,85 %. То есть подавляющее большинство активно интересуется объектами достопримечательностей, историей и культурой региона, стремится полностью использовать время и предоставленные им услуги гида-экскурсовода.

Как ведут себя туристы в зарубежных городах? Вот что на вопрос **«Находясь в другой стране, Вы предпочитаете...»** ответили туристы: бродить по улицам – 67,80%, довериться экскурсоводу – 22,46%, выспаться и прийти в себя – 3,81 %, ходить по магазинам 5,93%. Как видно из этого, 2/3 предпочитают самостоятельный осмотр достопримечательностей, и видимо, необходимо разрабатывать турпродукт, в котором больше уделялось места для подобных экскурсий.

На такой специфический вопрос **«Как часто вы провозите валюту в количестве, которое нельзя вывозить без специального разрешения?»** были даны следующие ответы:

- Постоянно – 16,07%,
- Часто – 12,5%,

[31] http://www.palomnik.ru/questionnaires.html.

- Редко - 25,0%,
- Никогда - 46,43%.

«Вы уже заказывали туры/авиабилеты в Интернете?». Вот какие результаты были достигнуты: «Да» - так ответило 18,63%, «Нет» - 39,22%, «Хочу попробовать» - 42,16%. Как видно, почти 1/5 использует электронную систему бронирования и продажи туров и авиабилетов, тогда как остальные почти в равной степени этого не делают или хотят это попробовать.

Интересны и другие данные опроса, проведенного туристским веб-сайтом «Турист. РУ»[32]. Так, если просмотреть диаграмму № 4, то можно увидеть, что 1/3 опрошенных интересует, прежде всего, насыщенность программы, почти 40% хотели иметь хорошую компанию и курортные условия (море, солнце). Диаграмма № 5 в большей степени свидетельствует о российских предпочтениях в выборе страны, однако для анализа такой интерес может быть использован и для узбекских туроператоров при проведении маркетинговых исследований. Диаграмма № 6 показывает способы путешествия, и, как видно, самолет является основным видом транспорта для туристов. В диаграмме № 7 показывается, насколько всемирная электронная паутина вжилась в туристическую среду – более 60% респондентов приобретает турпакеты в Интернете, а 1/3 – непосредственно в турфирмах, разрабатывающих и рекламирующих турпродукты. С другой стороны, согласно данным диаграммы № 8, лишь 16% путешествуют часто, а более чем 2/3 осуществляют поездки лишь при накоплении соответствующей суммы. 65% опрошенных указывают, что туризм у них начинается весной и летом и они заранее планируют такие поездки, в то время как для 10% время года не играет особой рол (см. диаграмму № 6).

Диаграмма № 4. Что в отпуске важнее всего?

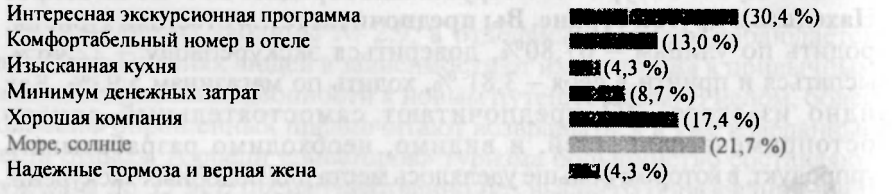
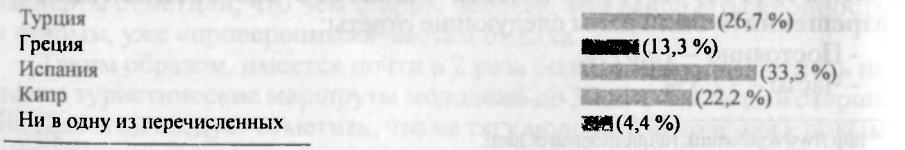


Диаграмма № 5. В какую из перечисленных стран Вы бы поехали отдыхать?



[32] http://www.iturist.ru/?go=quest&act=all_quest По каждому вопросу опрашивается 3,0 тыс. человек.

Диаграмма № 6. На чем Вы отправляетесь в отпуск?



Диаграмма № 7 По Вашему мнению, где лучше приобретать туристические путевки?



Диаграмма № 8. Вы много путешествуете?

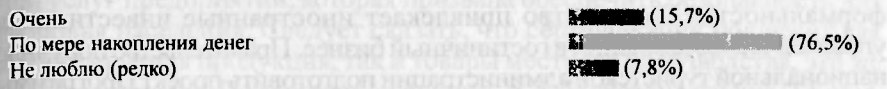


Диаграмма № 9. В какое время года Вы путешествуете?



Законодательные основы узбекского туризма. Как и любая отрасль, туризм регулируется законами и программами развития. В течение 15 лет в Узбекистане формировалась соответствующая нормативно-правовая база, которая оказывала воздействие на состояние туристской деятельности. Следует отметить, что простой поиск документов, связанных с туризмом, через электронный справочник «Право» позволил обнаружить 160 нормативных актов. Это не только законы и правительственные постановления, но и ведомственные нормы, утвержденные Министерством юстиции, а также международные договора и соглашения, заключенные республикой с другими государствами.

Анализ документов позволяет характеризовать степень развития туризма по этапам:

Первый – это организация туризма как единой отрасли на базе предприятий, находящихся в собственности различных структур – Государственного комитета СССР по иностранному туризму, Бюро молодежного туризма «Спутник» при ВЛКСМ, профсоюзных организаций и т.д. Период охватывает с 1992 по 1995 годы. С этого момента началась приватизация туристских объектов, строительство малых частных гостиниц, начала работу международная туристская ярмарка в Ташкенте.

Второй – документы, которые направлены на развитие инфраструктуры туризма, создания неправительственных корпоративных объединений туристического профиля. В его рамках принимаются программные установки, например, Программа развития туризма до 2005 года. Второй этап охватывает 1995-2000 годы. Идет процесс крупных инвестиций в гостиничные сети, расширяется сеть малых гостиниц, предоставляются льготы малому и среднему бизнесу.

Третий период – с 2001 года по настоящее время. Идет процесс разгосударствления предприятий, входящих в систему Национальной компании «Узбектуризм», сама компания подвергается реорганизации. Устанавливаются межведомственные соглашения, облегчающие туристские формальности. Государство привлекает иностранные инвестиции и управленческие компании в гостиничный бизнес. Правительство поручило национальной туристской администрации подготовить проект Программы развития туризма до 2010 года.

Подчеркнем, что законодательство связанное с туризмом, с одной стороны, создает определенный благоприятный климат для этого сектора экономики, а с другой, может предоставлять льготы по косвенным признакам. Например, существуют льготы для совместных предприятий, и если туристская фирма организована как СП, то она может рассчитывать на них. С другой стороны, есть льготы для инвесторов, и это тоже касается сферы туризма. Кроме того, существуют нормы по поддержке частного предпринимательства, развитию акционерных обществ, микрофирм, малого и среднего бизнесе, то есть определенных форм собственности и хозяйствования.

Проведем некоторый обзор правительственных документов, которые имеют первостепенное значение для туризма.

ЗАКОН О ТУРИЗМЕ. Принят Олий Мажлисом 20 августа 1999 года. Регулирует государственную политику в сфере туризма, определяет нормы и право этого сектора экономики, в том числе взаимоотношения между субъектами и объектами туризма

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ О ПОРЯДКЕ ВЫЕЗДА И ВЪЕЗДА ТУРИСТОВ В РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН. Зарегистрировано Министерством юстиции 3 ноября 2004 г. N 1421. В соответствии с Законом Республики Узбекистан "О туризме", постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28 июля 2004 года N 360 "О дальнейшем совершенствовании деятельности Национальной компании "Узбектуризм", другими нормативными актами и в целях упорядочения правил въезда иностранных туристов в Республику Узбекистан и выезда граждан Республики Узбекистан за рубеж в качестве туристов, а также обеспечения их безопасности утверждено соответствующее положение.

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ О ЛИЦЕНЗИРОВАНИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Постановление Кабинета Министров от 11 ноября 2003 г. N 497. Процедура и правила получения туристской лицензии для различных субъектов хозяйствования.

ПОРЯДОК СЕРТИФИКАЦИИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ. Зарегистрировано Министерством юстиции 18 марта 2000 N 911, утверждено Узгосстандартом. Общие положения, правила процедуры (порядок) проведения обязательной сертификации туристских услуг, оказываемых субъектами туристской деятельности и может быть использован при проведении добровольной сертификации.

Сертификация – это процедура регулирования качества продукции или услуг предприятий, которая призвана обеспечить безопасность для здоровья населения. Следует сказать, что сертификации подлежит как импортируемая продукция, так и товары местного производства, это же касается и услуг. По данным экспертов, в Узбекистане свыше 2,5 тыс. товаров и услуг подлежат сертификации.

Туристические и гостиничные услуги являются обязательными[33]. Сертификация товаров и услуг в туризме осуществляется в целях:

- контроля реализации продукции, опасной для жизни, здоровья людей, имущества юридических и физических лиц, окружающей среды;
- обеспечения конкурентоспособности продукции на мировом рынке;
- защиты потребителя от недобросовестного производителя;
- подтверждения места происхождения продукции;
- подтверждения показателей качества продукции/услуг, заявленных производителем.

Сертификация в туризме регулируется Законом «О сертификации продукции и услуг» и иными нормативными актами. Ее объектами выступают продукция, услуги, а также системы качества. Продолжительность сертификации варьируется от 1 дня до 1 месяца, в зависимости от категории сертифицируемой продукции/услуги. Этот же фактор влияет и на количество документов, подаваемых в орган сертификации, для предприятий туризма – это шесть документов. Размеры платы за сертификацию турпродукта/маршрута устанавливаются Национальной компанией «Узбектуризм» и рассчитываются относительно затраченного времени специалиста за день работы.

ОБ УПРОЩЕНИИ ВИЗОВЫХ ПРОЦЕДУР ДЛЯ ГРАЖДАН ИТАЛЬЯНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ. Постановление Кабинета

[33] Приложение № 1 к Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан от 12.08.1994 за № 409 «Об утверждении перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, порядка проведения сертификации, ввоза на территорию Республики Узбекистан и вывоза с ее территории товаров, для которых требуется подтверждение их безопасности».

Министров от 19 февраля 2003 г. N 85. Министерству иностранных дел Республики Узбекистан поручено оформлять многократные визы сроком до 1 месяца гражданам Итальянской Республики, посещающим Узбекистан в качестве туристов, в течение 2 рабочих дней с отменой требования о необходимости предъявления туристических ваучеров Национальной компании "Узбектуризм" или других туристических организаций.

Примечание: *Такое же положение распространяется на граждан Франции, Латвии, Великобритании, Испании, Австрии, Швейцарии, Японии, Германии, Бельгии.*

ОБ ОСВОБОЖДЕНИИ ОТ УПЛАТЫ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН НЕКОТОРЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ. Министерство финансов N 04-02-04/11 и Государственный налоговый комитет N 09-386 от 12 января 1996 г. В целях реализации Указа Президента Республики Узбекистан от 2.06.95 г. "О мерах по активизации участия Республики Узбекистан в возрождении Великого Шелкового пути и развитию международного туризма в республике" Министерство финансов и Государственный налоговый комитет Республики Узбекистан считают возможным поддержать предложение НК "Узбектуризм" в части освобождения туристических организаций городов Самарканда, Бухары, Хивы и Ташкента от уплаты таможенной пошлины при ввозе автотранспорта для собственного пользования.

О МЕРАХ ПО АКТИВИЗАЦИИ УЧАСТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН В ВОЗРОЖДЕНИИ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ И РАЗВИТИЮ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ. Указ Президента Республики Узбекистан от 2 июня 1995 г. Согласно документу:

- организовать в городах Великого шелкового пути - Самарканде, Бухаре, Хиве, и Ташкенте специальные открытые экономические зоны по международному туризму;
- в аэропортах и на железнодорожных вокзалах указанных городов ввести для иностранных туристов упрощенный порядок таможенного оформления, соответствующий международным нормам, а также специальные таможенные зоны для транзитных туристов;
- освободить от всех видов налогов вновь образуемые туристические организации и предприятия в этих городах на период с момента создания до получения первой прибыли, но не более трех лет с даты регистрации;
- указанные организации и предприятия в первый год получения прибыли (дохода) уплачивают 50% налога на прибыль, во второй год – 75%, начиная с третьего года – 100%;
- освободить в дополнение к представленным льготам от уплаты налога на вывозимую прибыль сроком на 5 лет иностранных инвесторов.

создающих совместные предприятия в сфере туризма в Самарканде, Бухаре, Хиве и Ташкенте.

- министерству иностранных дел, Министерству внутренних дел в двухмесячный срок установить единую визу для зарубежных туристов, действующую на территории республики, кроме объектов, определенных законодательством Республики Узбекистан.

- рекомендовать коммерческим банкам предоставлять предпринимателям при строительстве ими частных гостиниц и объектов гостиничной инфраструктуры кредиты со сроком погашения не менее пяти лет;

- образовать Межведомственный совет по туризму при Кабинете Министров, определив основными задачами его деятельности: углубление экономических реформ в сфере туризма; координацию формирования сети малых и средних гостиниц, мотелей и кемпингов на уровне мировых стандартов; содействие созданию современной индустрии развлечений, культурных и спортивно-оздоровительных центров; организацию широкой пропаганды и сохранения уникального туристического потенциала и историко-культурного наследия; проведение в системе туризма скоординированной научно-технической и инвестиционной политики; обеспечение подготовки и переподготовки кадров в сфере туризма.

ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ "УЗБЕКТУРИЗМ" И ГОСУДАРСТВЕННОГО ТАМОЖЕННОГО КОМИТЕТА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН ПО ТАМОЖЕННОМУ ОФОРМЛЕНИЮ ТУРИСТОВ, ПЕРЕСЕКАЮЩИХ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН. Утвержден Национальной компанией "Узбектуризм" и Государственным таможенным комитетом Республики Узбекистан от 20 июля 1993 г. Государственный таможенный комитет регулярно информирует НК "Узбектуризм":

- об изменении действующих норм пропуска товаров, валюты, валютных ценностей, ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов и камней;

- об изменении нормы пропуска беспошлинных товаров;

- об изменении при установлении уровней ставок таможенных пошлин, применяемых в неторговом обороте;

- о перечне товаров, запрещенных к вывозу из Узбекистана;

- об изменении порядка таможенного контроля и оформления граждан, пересекающих таможенную границу Узбекистана;

- о выявленных фактах контрабанды и нарушении таможенных правил, совершенных гражданами Узбекистана, пересекающих границу в качестве туристов и оформленных по линии "Узбектуризма".

По письменным обращениям учреждений "Узбектуризм" таможенный комитет на возмездной основе может проводить целевые консультации туристических групп о правилах таможенного контроля и пропуска предметов через таможенную границу Узбекистана.

НК "Узбектуризм" регулярно обязана информировать таможню:

- об организации новых зарубежных туристических маршрутах и планируемых местах пересечения и таможенного оформления граждан;
- об организации выезда конкретных туристических групп с предоставлением списков выезжающих лиц;
- о выданных лицензиях республиканским и иностранным организациям на право осуществления туристической деятельности на территории Узбекистана;
- о перспективных планах развития туристической деятельности на территории республики и планируемых объемах туристов.

По согласованию с руководителями территориальных управлений ГТК представители "Узбектуризма" могут находиться в зонах таможенного контроля во время таможенного оформления организованных туристических групп.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ИНСТРУКЦИИ О ПОРЯДКЕ ИСЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ ПО ПРОИЗВОДИМЫМ И РЕАЛИЗУЕМЫМ ТОВАРАМ (РАБОТАМ, УСЛУГАМ) (новая редакция). Вступает в силу с 9 мая 2003 года. Зарегистрировано Министерством юстиции Республики Узбекистан от 29 апреля 2003 г. N 1238. Не облагаются налогом на добавленную стоимость услуги санаторно-курортных и оздоровительных организаций, оказываемые отдыхающим указанными организациями, сверх стоимости путевок (курсовок).

К туристско-экскурсионным услугам относятся комплекс услуг туристско-экскурсионных организаций, включенных в стоимость путевки (ваучера) на оказание туристических услуг, входящих в состав тура и подтверждающих факт их оказания. Комплекс туристических услуг включает в себя транспортное обслуживание, услуги по проживанию, питание, экскурсионное обслуживание, организацию культурных, спортивных программ и другие услуги, определенные "Договором на предоставление туристических услуг".

Данная льгота также применяется на дополнительные туристско-экскурсионные услуги, оказываемые указанными организациями, туристам сверх услуг, определенных договором.

О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ НА ПЕРИОД ДО 2005 ГОДА. Указ Президента Республики Узбекистан от 15 апреля 1999 г. N УП-2286. согласно документу:

- освободить сроком на 3 года туристические организации, независимо от форм собственности, от уплаты таможенных пошлин на завозимые технологическое и гостиничное оборудование, транспортные средства для туристических целей.

- фонду "Умид" предусмотреть ежегодное направление студентов на обучение в ведущие зарубежные страны по специальностям туристической индустрии.

- министерству иностранных дел, Министерству финансов, Министерству по делам культуры Республики Узбекистан и Национальной компании "Узбектуризм" ввести в посольствах Республики Узбекистан в США, Японии, Великобритании, Германии, Франции и Италии штатные единицы советника по вопросам культуры и туризма. Принять к сведению, что 50 процентов содержания штата советников будет осуществляться за счет средств Национальной компании "Узбектуризм".

О ДАЛЬНЕЙШЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ "УЗБЕКТУРИЗМ". Постановление Кабинета Министров от 28 июля 2004 г. N 360. Определены основные задачи Национальной компании "Узбектуризм":

- обеспечение проведения единой государственной политики в сфере туризма, содействие в формировании инфраструктуры туристских услуг;

- реализация государственных программ развития туризма, программ обеспечения защиты и безопасности туристов, межотраслевую и межрегиональную координацию туристской деятельности;

- сертификацию туристских услуг;

- осуществление рекламно-информационной политики в сфере туризма;

- привлечение иностранных кредитов и инвестиций в сферу развития туризма, развитие долгосрочных программ сотрудничества с зарубежными странами, а также иностранными компаниями;

- реализацию комплекса мер по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров для сферы туризма, содействие развитию отраслевой туристской науки. Финансирование расходов на содержание центрального аппарата и региональных отделений НК "Узбектуризм" осуществляется за счет поступлений от сбора за рассмотрение лицензий, от оказания услуг по сертификации, собственной хозяйственной деятельности и других источников, не запрещенных законодательством.

Создается внебюджетный Фонд развития туризма, источниками его формирования является туристический сбор, взимаемый с туристических фирм и гостиничных хозяйств за обслуживание туристов. Туристический сбор взимается:

- с туристических фирм за каждого туриста, выезжающего за пределы Республики Узбекистан;

- с гостиничных хозяйств за каждого туриста в разовом порядке, независимо от периода проживания;

- с туристических фирм за каждого туриста, не являющегося гражданином Республики Узбекистан и въезжающего на территорию Республики Узбекистан.

Плательщики туристического сбора оплачивают туристический сбор в национальной валюте "сум" в размере, эквивалентном 1 доллару США за каждого туриста по курсу Центрального банка Республики Узбекистан на день оплаты.

ПРОЦЕДУРА УПРОЩЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ТРАНЗИТНЫХ ВИЗ ИНОСТРАННЫМ АВИАПАССАЖИРАМ НАЦИОНАЛЬНОЙ АВИАКОМПАНИИ «УЗБЕКИСТОН ХАВО ЙУЛЛАРИ». Приказ министра иностранных дел от 11.07.2001 № 639. Утверждена Инструкция, согласно которой в течение одного рабочего дня оформляются транзитные визы (до 72 часов) иностранным авиапассажирам – клиентам НК «Узбекистон хаво йуллари», которые останавливаются в международных аэропортах Узбекистана при следовании в третьи страны.

ПОРЯДОК ВЪЕЗДА В РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН И ВЫЕЗДА ИЗ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН И ЛИЦ БЕЗ ГРАЖДАНСТВА. Постановление Кабинета Министров от 21.11.1996, № 408. Иностранные граждане, включая граждан государств – участников СНГ, и лица без гражданства могут въезжать в Узбекистан и выезжать из него по частным и служебным делам, в качестве туристов, на отдых, учебу, работу, лечение и на постоянное жительство.

Въездные, въездные-выездные и транзитные визы выдаются консульскими учреждениями. Многократные визы сроком на один год выдаются МВД.

О МЕРАХ ПО СОЗДАНИЮ СОВРЕМЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН. Постановление Кабинета Министров от 3 июня 1995, N 210. Согласно документу:

- национальной авиакомпании "Узбекистон хаво йуллари", Государственно-акционерной железнодорожной компании "Узбекистон темир йуллари", Государственному налоговому комитету совместно с Национальной компанией "Узбектуризм" и другими заинтересованными министерствами и ведомствами: в месячный срок разработать и утвердить порядок по предоставлению льгот на авиа- и железнодорожные перевозки туристов, а также скидки на стоимость

проезда туристических групп на внутриреспубликанских и международных линиях; в трехмесячный срок организовать в аэропортах, железнодорожных вокзалах гг.Ташкента, Бухары, Самарканда и Ургенча, а также на приграничных железнодорожных станциях специальные таможенные зоны для обслуживания туристов, оборудовав их современной досмотровой техникой;

- госконцерну "Узавтодор", госкорпорации "Узавтотранс", Национальной компании "Узбектуризм", госассоциации "Узбексавдо", Узбекбирлашув, Министерству связи, Министерству здравоохранения Республики Узбекистан, ГАО "Узгоснефтепродукт", хокимиатам областей и г.Ташкента в месячный срок разработать комплексную программу на 1995-1998 годы по благоустройству, качественной эксплуатации дорог и созданию сервисных служб на автомобильном маршруте Ташкент – Самарканд – Бухара – Ургенч – Хива для обслуживания туристов;

- министерству здравоохранения совместно с Национальной компанией "Узбектуризм" обеспечить на договорной основе оказание высококвалифицированной медицинской помощи туристам; совместно с Министерством финансов и Национальной компанией "Узбектуризм" в месячный срок внести предложения по медицинскому страхованию отечественных и зарубежных туристов;

- университету мировой экономики и дипломатии совместно с Национальной компанией "Узбектуризм" открыть учебно – производственный центр "Международный туризм" для подготовки высококвалифицированных кадров в области международного туризма на договорной основе;

- национальной компании "Узбектуризм" открыть туристические представительства в странах, с которыми Республика Узбекистан имеет прямые воздушные сообщения.

НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН. Согласно документу:

Статья 92. Льготы по налогу на имущество юридических лиц. Налогом не облагается имущество юридических лиц:

- вновь созданных, занимающихся туристической деятельностью в городах Самарканде, Бухаре, Хиве и Ташкенте, на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента их регистрации. В случае ликвидации этих юридических лиц до истечения года после установления льготного периода сумма налога взимается в полном размере за весь период их деятельности.

Статья 102. Налогоплательщики, освобожденные от уплаты земельного налога. От уплаты земельного налога освобождаются юридические лица:

- вновь созданные, занимающиеся туристической деятельностью в городах Самарканде, Бухаре, Хиве и Ташкенте, на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента их регистрации. В случае ликвидации этих юридических лиц до истечения года после установления льготного периода сумма налога взимается в полном размере за весь период их деятельности.

В рамках Указа Президента Узбекистана от 15 апреля 1999 г. N УП-2286 «О Государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года», были утверждены основные направления деятельности туристского сектора. Часть этих мероприятий уже осуществлена, в частности, принят закон о туризме, положение о въезде-выезде иностранных граждан, об упрощении таможенных и прочих процедур для туристов, реализованы инвестиционные программы НК «Узбектуризм».

Однако слабой стороной остались маркетинговые исследования в сфере туризма, стандартизация и сертификация туристских услуг, выпуск специализированной периодической печати. Не создан Институт Всемирной туристской организации по повышению квалификации работников индустрии гостеприимства, организация аренды туристам авто- и мотосредств также обошла стороной «Узбектуризм», а внедрение статистики, позволяющей определять экономическое значение туризма, является одним из камней преткновения системы государственного управления.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: отпуск, путешествия, семейные пары, транзит, гостиничные номера, маркетинг, социологический опрос, Интернет, система бронирования, доход, визы, время года, сезонность, сертификация, лицензирование, пассажир.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какие тенденции складываются в мировой системе туристских услуг?
2. Что наблюдается в системе услуг туризма в Узбекистане?
3. Какие нормативные акты, направленные на развитие туризма, функционируют в Узбекистане?

2.2. НЕКОТОРЫЕ ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО И УЗБЕКСКОГО ТУРИЗМА

По мнению зарубежных экспертов, авиация как важнейшая сфера, оказывающая до2/3 всей стоимости туристических услуг, получила ощутимый удар после 11 сентября 2001 года. Только за первую половину 2002 года спад на рынке авиаперевозок составил 4,5%.

Страх перед дальним или близким полетом среди потребителей привел к резкому падению спроса на этот вид транспорта, что, в свою очередь, осложнило финансовую составляющую для авиакомпании, особенно осуществляющих рейсы между Европой и Америкой (см. таблипу № 2.10). Как видно из данных, сокращения до терактов составляли лишь 15,6% от общих потерь рабочих мест, причем эти цифры свидетельствуют о ситуации лишь на начало октября 2001 года. Потери были и в дальнейшем.

Таблица № 2.10. Потери рабочих мест в европейских авиакомпаниях после террористических актов в Нью-Йорке 11.09.2001

Авиакомпания	До 11 сентября	После терактов	Всего
BA	1800	5200	7000
KLM		2500	2500
Virgin		1200	1200
Alitalia		2500	2500
Swissair	1250	3000	4250
BMI		600	600
Итого	3050	16400	19450

Так, акции исламских террористов, по данным ICAO, всего обошлись перевозчикам в сумму около $12 млрд.[34] Статистика Всемирной туристской организации (WTO) показывает, что в 2001 году мировые доходы от туризма сократились более чем на $13 млрд., а число туристских прибытий уменьшилось на 0,6%. Регионами, которые ощутили спад в экономике туризма, стали Америка (число прибытий сократилось на 6%), Европа (соответственно, на 0,7%), Ближний Восток (2,5%), в то время как африканский континент, Восточная и Южная Азия испытали небольшой подъем, поскольку считались более безопасными направлениями.

Каковы же последствия от террористических актов в США для сферы туризма? Приведем следующие данные, которые отмечены ВТО:

- прямые потери авиакомпаний и туристской индустрии, причем, по расчетам ИАТА (Международной ассоциации воздушного транспорта), в первую неделю после этих событий авиакомпании понесли убытки в $10 млрд.;

- резкое снижение бронирования туров и размещения, например, в Испании на 20% и 30% соответственно;

- потери, связанные с нежеланием или опасением людей путешествовать;

[34] По данным www.avia.ru от 27.03.2003.

- уменьшение объемов туристских потоков в связи с экономическим спадом, который спровоцировали терракты;
- возрастание стоимости поездок в связи с ростом затрат на обеспечение безопасности;
- прекращение или резкое сокращение поездок в определенные регионы мира в связи с кризисом и началом боевых действий;
- перераспределение туристских потоков по видам поездок и посещаемым регионам.

Следует отметить, что опыт развития туризма в мировом аспекте показал, что:

- массовые туристы избегали зоны конфликтов и территории, которые ассоциировались с регионами этих конфликтов (не считая экстремалов и тех туристов, которые следуют в эти регионы, независимо от ситуации по особым мотивам, например, паломники на Ближний Восток)
- наблюдалось ощутимое сокращение в межрегиональных потоках, то есть туристы меньше путешествовали из спокойной Европы в «горячую» Азию, предпочитая свой регион;
- имело место смещение в пользу альтернативных направлений, например, европейцы могли путешествовать в такие же благополучные страны, как Япония, Австралия, США, Канаду.

На 14-й Генеральной Ассамблее Всемирной туристской организации, проходившей в конце сентября 2001 года в Сеуле и Осаке, были приняты резолюции, резко осуждающие террористические акты в США, а также все другие формы экстремизма, имевшие место в мире. Ассамблея сделала первые выводы развития туризма в 2001 году:

- если не произойдет новых чрезвычайных событий, темпы роста туризма могут сократиться примерно на 1,5% по сравнению с первоначальными прогнозами, в которых уже была учтена динамика мировой экономики;
- в средне- и долгосрочном плане ожидается, что на период до 2020 года сохранятся среднегодовые темпы роста международного туризма на уровне около 4,1%.

Одним из важнейших способов выживания, как считают аналитики авиакомпании Boeing, должно стать уменьшение транспортных издержек. По прогнозу, среднемировой рост пассажирооборота до 2020 года составит 4,9% ежегодно, что на 2% выше ожидаемых на этот период темпов общеэкономического роста в мире. При этом главными потребителями авиатехники будут компании Европы и Северной Америки, тогда как наиболее динамичный рост продемонстрируют авиаперевозчики Юго-Восточной Азии и Латинской Америки, доля которых на мировом рынке увеличится. В то же время проявляется уверенность, что за 12 лет парк авиатехники возрастет в 2 раза, но при этом доля гигантов (типа Boeing-747) сократится в два раза

(таблица № 2.11). На их место придут менее крупные лайнеры, которые смогут обеспечить более гибкую беспересадочную систему доставки пассажиров.

Конечно, при этом отметится одна тенденция – уменьшение роли перевалочных центров – хабов, что, в свою очередь, отразится на аэропортах Центральной Азии, имеющие определенные финансовые результаты от предоставления своих услуг самолетам зарубежных компаний, осуществляющих рейсы из Европы в Юго-Восточную Азии и обратно. Кстати, проект «Жемчужина Востока», подразумевающий создание хаба в г.Самарканде как транспортно-дистрибьюционного узла, может выжить не только за счет регулирования пассажиропотока, но и грузового потока. В то же время пассажирские перевозки внутри СНГ будут расти на 4,7%, международные – на 6,2% в год[35]. Только в России, по утверждению аналитика Елены Сахновой, рост пассажирских авиаперевозок достигнет 4,6%, грузовых – на 8,3%, тогда как сотрудник Государственного института России по гражданской авиации Владимира Ромашкина считает, что рост может составить 8,5-8,8%. Это, естественно, скажется на объемах туристских прибытий и финансовых результатах туристкой сферы. Что касается Узбекистана, то оценки некоторых частных экспертов несколько скромнее – около 2% в год.

Таблица № 2.11. Парк гражданских самолетов в 2001-2021 гг.

Тип воздушного судна	Парк самолетов, %	
	2001	2021
Самолеты для местных авиалиний	10	17
Региональные самолеты	65	57
Среднемагистральные лайнеры	18	22
Дальнемагистральные лайнеры	7	4
Всего, ед.	15271	32495

Если в 2001 году всего в мире объем пассажирских перевозок составил 3262,009 млрд. пассажирокилометров, то к 2011 году этот показатель по прогнозам достигнет 5404,549 млрд., а в 2020 году – 8526,535 млрд. пассажирокилометров. При этом наиболее интенсивные перевозки будут осуществляться в Северной Америке, Европе, Европа-Северная Америка, Китае, Северная Америка-Северо-Восточная Азия (см. таблицу № 2.12). Наибольший темп отмечается в Китае (9% в год), Юго-Западной Азии (8,7%), а также Южной (8,5%) и Центральной Америке (7,3%). Таким образом, от развития авиационной сферы зависит туристский поток в те или иные регионы, что, в свою очередь, ведет к нагрузке мощностей туристской индустрии.

[35] Boeing в позитиве/ Финансовые известия, 2002, 30 июля.

Таблица № 2.12. Рост объема пассажирских перевозок по регионам мира (млрд. пассажирокилометров)

Направление пассажиропотоков	2001	2011	2020	2002-2021, % в год
Африка - Африка	19.947	32.289	51.224	4,8
Африка - Европа	96.226	159.551	245.345	4,8
Африка - Ближний Восток	10.596	15.246	22.365	3,8
Африка - Северная Америка	4.615	7.01	10.052	4
Центральная Америка – Центральная Америка	23.016	50.754	93.676	7,3
Центральная Америка – Европа	72.997	103.221	154.203	3,8
Центральная Америка – Северная Америка	93.462	140.71	215.641	4,3
Центральная Америка – Южная Америка	7.169	12.497	21.641	5,7
Китай – Китай	80.335	214.671	446.618	9
Китай – Европа	40.173	70.687	114.729	5,4
Китай – Северная Америка	33.337	57.762	108.121	6,1
Китай – Северо-Восточная Азия	18.423	39.271	72.261	7,1
Китай – Океания	12.434	17.326	24.31	3,4
Китай – Юго-Восточная Азия	31.667	46.98	75.486	4,4
СНГ – СНГ	46.732	75.159	117.822	4,7
СНГ – Остальной мир	43.542	88.632	145.116	6,2
Европа – Европа	446.306	723.681	1117.759	4,7
Европа – Ближний Восток	55.324	103.808	153.843	5,2
Европа – Северная Америка	377.545	607.323	876 474	4,3
Европа – Северо-Восточная Азия	55.829	118.673	200.14	6,6
Европа –Южная Америка	50.504	99.541	166.542	6,1
Европа – Юго-Восточная Азия	95.948	151.928	229.854	4,5
Европа – Юго-Западная Азия	27.486	49.636	86.945	5,9
Ближний Восток – Ближний Восток	27.138	43.348	66.594	4,6
Ближний Восток – Северная Америка	12.04	23.493	33.968	5,3
Ближний Восток – Юго-Восточная Азия	22.858	33.884	48.642	3,8
Ближний Восток – Юго-Западная Азия	29.855	50.401	80.836	5,1
Северная Америка – Северная Америка	807.978	1131.619	1620.643	3,5
Северная Америка – Северо-Восточная Азия	114.233	221.275	347.403	5,7
Северная Америка – Океания	27.544	38.995	56.083	3,6
Северная Америка – Южная Америка	44.791	89.791	148.723	6,2
Северная Америка – Юго-Восточная Азия	29.326	55.179	89.517	5,7
Северо-Восточная Азия – Северо-Восточная Азия	80.217	142.956	279.123	6,4
Северо-Восточная Азия – Океания	22.502	40.7	64.399	5,4
Северо-Восточная Азия – Юго-Восточная Азия	47.787	89.689	157.51	6,1
Океания – Океания	50.721	64.556	83.902	2,5
Океания – Южная Америка	1.185	2.066	3.239	5,2
Океания – Юго-Восточная Азия	47.576	63.582	92.033	3,4
Южная Америка – Южная Америка	50.793	135.623	257.774	8,5
Юго-Восточная Азия – Юго-Восточная Азия	55.957	103.783	180.823	6
Юго-Восточная Азия – Юго-Западная Азия	11.591	19.266	34.588	5,6
Юго-Западная Азия – Юго-Западная Азия	16.618	19.266	88.125	8,7
Остальной мир	17.676	27.073	42.439	4,5
Всего мировой объем	3262.099	5404.549	8526.535	4,9

Источник: расчеты авиакомпании Boeing

Туристским сервером «Травел.Ру» в первой половине 2002 года был проведен электронный опрос относительно интереса туристов к зимним направлениям отдыха. Так вот, на классическую Европу указали 6,27% опрошенных, на горнолыжные курорты – 20,0%, пляжный отдых в Египте и т.п. – 18,43%, дома отдыха или пансионаты – 33,73%, предпочитает отдыхать летом – 21,57%. Как видно из этого, азиатское направление продолжает считаться у россиян и туристов из СНГ одним из популярных, но в то же время больший интерес вызывает внутренний туризм – предприятия туризма, расположенные в собственной стране. Несомненно, в летний период и внутренний туризм получит большее распространение на постсоветском пространстве.

Рассмотрим прогнозные ожидания международных организаций. Так, по оценкам Всемирного совета туриндустрии (World Travel&Tourizm Council – WTTC), в 2003 году мировая индустрия путешествий и туризма произведет товаров и услуг на общую сумму около $4,5 трлн. Рост по сравнению с предыдущим 2002 годом составит чуть менее 3%. Зато эксперты этой организации утверждают, что всего к 2013 году мировая туристическая индустрия будет так или иначе производить туристских товаров и услуг на $9 трлн. – цифра явно захватывающая. Правда, эскалация военного конфликта на Ближнем Востоке, по прогнозам WTTC, может понизить базовые показатели роста на 2,7%. В то же время прямые потери туризма уже в начале войны в Ираке достигли $30 млрд. Только в России темпы роста отрасли от затяжной войны на Ближнем Востоке снизились вдвое. В то же время война в Ираке обошлась в первые годы авиакомпаниям в $10 млрд. - к такому выводу пришли эксперты ICAO. В частности, президент этой международной авиатранспортной организации Ассад Котейт заявил, что реальные убытки могут быть даже выше, если конфликт затянется, а это нанесет непоправимый ущерб международным авиакомпаниям.

В свою очередь, российские эксперты Инна Коломейская и Алексей Тихонов говорят, что WTTC не использует в расчетах данные местных туроператоров и опирается лишь на статистику ООН, Мирового банка и МВФ. «В итоге участники рынка могут получить независимые оценки этого сектора. Ценность этого подхода состоит в попытке оценить рынок в более широкой – экономической перспективе. WTTC объединяет в своих рядах представителей всех компаний, сколько-нибудь связанных мировым туристическим бизнесом, и традиционно рассматривается как наиболее авторитетная отраслевая организация», – таково их мнение[36].

Несомненно, оценка потребления в сфере туризма, сделанная экспертами WTTC, включает в себя очень много составляющих - от объемов въездного и выездного потоков до средств, потраченных государством на

[36] Известия, 14.03.2003.

содержание музеев и вырученных от торговли сувенирами. Однако ими сделан слишком завышенный прогноз получения туристского дохода в странах СНГ и, в частности, России в 2003 году – это $46 млрд.

Известно, что в начале 90-х годов прошлого века СНГ занимало незначительный удельный вес во всемирном туристском обороте – на него приходилось не более 3%, а общая сумма едва превышала $10 млрд. В этом объеме значительную часть занимала Россия (более $7 млрд.), другие страны - со значительным отставанием в числовом значении. Некоторые государства едва ли получали свыше нескольких десятков миллионов долларов от туристкой деятельности (хотя неофициальный оборот мог быть в 2-3 раза выше официального). Немаловажным тормозом стали военные и этнические конфликты, сложная внутриполитическая обстановка. Состояние туристской инфраструктуры, не соответствующей потребностям иностранных посетителей и мировым стандартам, также играло отрицательную роль.

Стоит рассмотреть прогнозные оценки аналитической группы Tourism 2020 Vision, которая считает, что к 2020 году объемы туристических прибытий возрастут в 3 раза, причем доминировать в них все равно будут путешествия внутри одного крупного региона (континента), например, европейцев по Европе, американцев – по Америке, чем на дальние расстояния (за пределы этих регионов) – европейцев в Азию, американцев – в Африку и пр. Если в 1995 году соотношение «путешествие внутри региона» и «путешествие на дальнее расстояние» составляла 82:18, то к 2020 году этот показатель будет равняться 76:24 (см. таблицу № 2.13).

Таблица № 2.13. Международные туристские прибытия по регионам (млн.), отчет и прогноз[37]

Регион	Базисный год 1995	Прогноз		Темп роста за 1995-2020	Доля на туррынке, %	
		2010	2020		1995	2020
Всего	**565,4**	**1006,4**	**1561,1**	**4,1**	**100**	**100**
Африка	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Америка	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Восточная Азия/ Тихоокеанский регион	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Европа	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
Ближний Восток	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Южная Азия	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Путешествия внутри континента	464,1	790,9	1183,3	3,8	82,1	75,8
Путешествия на дальние расстояния	101,3	215,5	377,9	5,4	17,9	24,2

[37] www.world-tourism.org Highlight 2002.

После распада СССР узбекский туризм получил ощутимый толчок в своем развитии, в частности благодаря падению «железного занавеса». С каждым годом росло число иностранных туристов, которые стремились посетить Узбекистан, обвороженные маркой Великого шелкового пути. Только в рамках Национальной компании «Узбектуризм» было принято и обслужено иностранных туристов с 90 тыс. человек в 1992 году и 300 тыс. - в 2000 году. По таможенной статистике, в 1997 году в Узбекистан всего въехало около 1 млн. посетителей, подавляющая часть которых представляли СНГ. В тот же год более миллиона узбекистанцев посетило иные страны, то есть практически каждый 24 житель республики. Высокие темпы туристских прибытий дали основание группе международных экспертов WTO во главе с Майклом Мак-Налти (приглашенного НК «Узбектуризм» в 1996-97 гг.) предположить, что к 2002 году число туристов превысит миллион человек, а доходы от туризма достигнут $1 млрд. В дальнейшем на ситуацию визитов в Узбекистан повлияли известные политические события 11 сентября 2001 года. Хотя с другой стороны, некоторые узбекские эксперты ставили под сомнение такие прогнозные ожидания, мотивируя это неразвитостью и неспособностью туристской инфраструктуры подстроиться под такой «наплыв» иностранцев, а также сложностью борьбы на мировых туристских рынках, где новым независимым государствам сложно «оторвать свой кусок». По сей день центральноазиатские республики остаются «терра инкогнито» – «землей неизведанной» и в связи с чем поток туристов не соответствует потенциальным возможностям региона.

Между тем, некоторые эксперты ожидают рост туристических прибытий за счет развития авиационного транспорта. В частности, об этом свидетельствуют статистические показатели международной деятельности национального перевозчика Узбекистана - авиакомпании "Узбекистон хаво йуллари: так, перевозка пассажиров на линиях дальнего зарубежья в 2002 году выросла на 17% и достигла 551,2 тыс. человек. Эта тенденция связана с открытием рейса в Токио, который предоставил дополнительный приток пассажиров на японском направлении. Кроме того, повысилась загрузка рейсов НАК "Узбекистон хаво йуллари" на Лондон, Шарджу, Куала-Лумпур, Франкфурт-на-Майне, Амритсар, а также возобновились полеты в Дакку. Причем, это произошло за счет нового "веерного" расписания, которое обеспечило пассажирам узбекской авиакомпании большее число удобных стыковок для трансфертных пассажиров.

Более того, объем пассажирских перевозок НАК на линиях СНГ в 2002 году вырос на 0,7% до 498,8 тыс. человек, что связано с увеличением пассажиропотока на рейсах в Красноярск, Бишкек, Алматы,

Минеральные Воды, а также трансфертных перевозок пассажиров из городов СНГ в страны Юго-Восточной Азии и увеличением числа чартерных рейсов с 981 в 2001 году до 1167 в 2002 году.

Всего Национальная авиакомпания Узбекистана совершает авиарейсы в 25 городов стран Содружества и более 20 стран Европы, Америки и Азии. За 11 лет своего существования "Узбекистон хаво йуллари" перевезла свыше 22 млн. пассажиров и свыше 300 тыс. тонн грузов.

В то же время уменьшилось значение авиационного транспорта во внутреннем туризме Узбекистана. Главными причинами снижения воздушных перевозок является снижение пассажиропотока на внутренних линиях, приостановка эксплуатации самолетов типа ЯК-40 в первом квартале 2002 года и отмена около 50 рейсов, а также невозможность конкурировать с тарифами наземного транспорта на местных направлениях. По итогам прошедшего года убытки "Узбекистон хаво йуллари" составили порядка 5,2 млн. долл.

По мнению некоторых экспертов, во внутреннем туризме все большее развитие получает наземный транспорт – автобусный и железнодорожный, как наиболее дешевый и мобильный вид доставки туристов к местам достопримечательностей и размещения.

Между тем, хотелось бы заметить, что привлечению иностранных туристов в Центральную Азию (а это, по разным оценкам, от 600 тыс. до 1,5 млн. человек) послужила активная пропаганда государствами региона нового туристского направления под глобальным турпродуктом «Шелковый путь». При этом обнаружилась определенная специализация: Узбекистан – исторический туризм, Кыргызстан и Таджикистан – спортивный и экстремальный туризм, Казахстан – экологический туризм, Туркменистан – этнографический туризм.

В настоящее время экспертами стран по-разному оцениваются потенциальные возможности туризма в Центральной Азии. Естественно, существуют различные прогнозные ожидания на перспективу, поскольку от развития туристской индустрии зависит состояние местной (локальной) и даже национальной экономики со всеми вытекающими составляющими (занятость, налоги, ресурсы).

Рассмотрим прогнозные ожидания узбекских экспертов (см. таблицу № 2.14). По их мнению, произойдут некоторые структурные сдвиги внутри иностранных прибытий и выезда национальных граждан за пределы Узбекистана. В данном контексте ими не изучались абсолютные значения (то есть количество прибывших и выехавших), а только относительные величины координации и структуры. В частности, отмечалось, что численность иностранцев, прибывающих в Узбекистан с туристскими целями, возрастет до 20%, тогда как несколько уменьшатся объемы деловых визитов и прибытий по частным приглашениям. Ожидается

увеличение прибытий по прочим причинам, в том числе транзитников, но и эта тенденция пойдет на убыль. Считается, что подавляющая часть туристов прибудет из стран дальнего зарубежья, тогда как из СНГ посетители будут превалировать по другим статистическим значениям.

Таблица № 2.14. Прогноз визитов иностранцев в Узбекистан и узбекских граждан из республики по целям, мнения экспертов, %[38]

Период	Экскурсионно-познавательная цель	Бизнес, в том числе служебная командировка	С частной целью, в т.ч. но частным приглашениям	Прочие причины, в т.ч. транзит
Визиты в Узбекистан				
1998*	6,7	8,6	82,6	1,9
2007	10	10	75	5
2017	20	8	70	2
Соотношение стран дальнего и ближнего зарубежья	85:15	30:70	15:85	35:65
Выезд из Узбекистана				
1998*	10,6	7,2	78,9	3,2%
2007	7	10	80	3
2017	10	15	73	2
Соотношение стран дальнего и ближнего зарубежья	60:40	40:60	10:90	20:80

*Данные рассчитаны по таможенной статистике по отчету за 1-е полугодие 1998 года.

Что касается выезда узбекских граждан, то несколько сохранится тенденция частных целей, хотя увеличатся в 2 раза объемы выезда с бизнес целями. Нужно учесть, что некоторые эксперты брали в расчет потенциальную возможность нелегальной трудовой миграции, тогда как другие абстрагировались от таких оценок. Подавляющая часть туристов посетит страны дальнего зарубежья, в то же время по другим значениям СНГ будет иметь первостепенное значение для узбекистанцев. Этот фактор будет давлеть до той поры, пока сохранится безвизовый режим в рамках Содружества или будет введен облегченный режим получения разрешения на въезд.

В таблице № 2.15 эксперты рассматривали по сегментам прибытий иностранных туристов в Узбекистан. Несомненно, историко-познавательный, в том числе этнографический туризм будет занимать 2/3

[38] Прогнозы сделаны в рамках Ассоциации путешественников Узбекистана «Рабат Малик» в 2003 году на основе экспертного опроса.

всех визитов в страну. Некоторые изменения могут произойти по другим направлениям: увеличится доля природных туров в связи с уменьшением экологически чистых районов в Европе и Америке. Удельный вес экстремального туризма (альпинизм, рафтинг, дельтапланиризм) сократится, поскольку для поддержания этого сектора необходимы серьезные инвестиции и соответствующая инфраструктура. Также уменьшатся объемы делового и ностальгического туризма, хотя возможно некоторое увеличение прибытий с религиозной целью (паломников к святым местам). Визиты туристов по иным целям возрастут, среди которых по личным приглашениям, учебе в специализированных учреждениях, лечения в курортно-санаторной системе Узбекистана, проведения научных исследований.

Таблица № 2.15. Распределение туристских визитов по целям, прогноз частных экспертов

Годы	Цели туристских прибытий, %					
	Историко-познавательная	Экологический туризм	Экстремальный, спортивный	Бизнес и конгресс-туризм	Ностальгический и религиозный	Прочие цели
2007	63	6	6	10	10	5
2017	67	10	4	6	5	8

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: сегмент, рынок, прибытия, события, факторы влияния, пассажиропотоки, турист, прогноз, тенденции, спрос, конфликты, терроризм, цели, парк самолетов.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Каковы прогнозные ожидания развития мирового туризма?
2. Каковы прогнозные ожидания развития туризма в Узбекистане?

2.3. КУРОРТНЫЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Туризм имеет разнообразные формы и типы предоставления услуг, но каждая из них определена особой мотивацией путешественника, для которого играют не последнюю роль его представление о регионе или о той или иной стране. Например, Сочи или Крым у граждан постсоветского пространства ассоциируются с курортами. Согласно классификации ВТО, курортом называется относительно независимый и изолированный район туристского назначения, располагающий широким выбором объектов и услуг, в первую очередь предназначенных для организации отдыха, лечения и ознакомления с местными реалиями.

Нужно отметить, что одной из наиболее распространенных форм современного отпускного туризма являются разновидности отдыха на

базе застроенного курорта. Современные эксперты определяют туристский курорт как относительно автономный и независимый принимающий район. Конечно, что бы стать автономным, необходимо наличие соответствующей инфраструктуры, а именно широкий диапазон туристских объектов и услуг, в том числе для рекреации и пассивного отдыха. Благодаря тенденциям, которые стали ярко проявляться уже в начале 20-х годов прошлого столетия, туристы делают упор в своей потребности не только на медицинские (то есть лечебные) услуги, но и смежные, сопутствующие им мероприятия, такие как спорт, культурный досуг, бизнес. Уже с конца 80-х годов многие курорты Европы, Азиатско-Тихоокеанского региона и Латинской Америки делают упор на предоставлении широкого разнообразия объектов и услуг. Более того, они зачастую включают в себя крупные коммерческие и конгрессные центры и сооружения.

В то же время курорты имеют определенные отличия от других сфер туризма. Дело в том, что некоторые курорты, особенно расположенные в местах с сезонными климатическими колебаниями (лето и зима или сухой и дождливый сезоны), традиционно испытывают резкие сезонные колебания в плане прибытия туристов. В настоящее время эти курорты стремятся предлагать объекты и услуги для круглогодичного использования, зачастую обслуживания различных типов гостей в разные сезоны. Помимо предоставления своих собственных объектов для использования туристами большинство курортов также служат местом выезда людей на экскурсии по близлежащим территориям.

Несомненно, курорты в основном ориентируются на несколько типов привлекательных элементов или видов деятельности, в частности ими могут быть:

- отдых на пляже и рекреация;
- водные виды спорта на озерах и в прибрежных морских водах;
- водные рекреации и спорта на реках;
- горные лыжи зимой, пешие и конные походы летом;
- гольф и теннис;
- санатории на минеральных водах или сухой солнечный климат;
- важные археологические и исторические памятники и национальные парки;
- особые медицинские и санитарно-гигиенические услуги (грязевые ванны, минеральные процедуры, горно-солевая обработка дыхательной системы и пр.);
- или сочетания различных элементов.

Некоторые курорты – очень крупные и обладают разнообразными видами размещения, включая самообслуживающиеся единицы, а также многочисленными рекреационными и коммерческими объектами. К

инфраструктуре курорта активно подключается и частный сектор, который предоставляет не только индивидуальные средства размещения, но и различные услуги. На других курортах может иметься только одна гостиница, однако при этом они все равно предлагают определенный комплекс объектов, услуг и видов деятельности. Так называемые «уединенные курорты» могут быть небольшими и иногда изолированными, в то же время там обеспечивается высокий уровень услуг и качество самих объектов. Они обслуживают гостей, которым требуется тихая удаленная обстановка. Кстати, одной из разновидностей курорта являются туристские деревни.

В мировой туристской системе динамичное развитие получили комплексные курорты, под которыми понимается тщательно спланированное и соединенное в один организм предприятие, в котором все элементы инфраструктуры действуют в едином технологическом процессе. Нужно заметить, что такие крупные объекты обычно строятся поэтапно и в течение длительного периода. Естественно, большинство новых курортных зон тщательно планируются для обеспечения эффективного функционирования и организации интересной среды для туристов, не порождая при этом серьезных экологических и социальных проблем. В различных частях мира также существует много курортов, построенных без плана, однако некоторые из них испытывают определенные сложности в вышеуказанных аспектах и нуждаются в реорганизации.

В урбанизированных курортах сочетаются обычные для городского общества виды землепользования и деятельности. Как отмечают эксперты, в экономическом плане они сосредоточены на курортных видах деятельности. В частности, урбанизированные курорты включают в себя гостиницы, мотели, другие виды средств размещения и набор туристских объектов и услуг. Они часто расположены рядом с важнейшими привлекательными элементами, как, например, пляжи (в частности, побережье Флориды) или горнолыжные склоны (подобный объект – гора Медео под Алматы). Зачастую урбанизированные курорты первоначально не планировались в качестве комплексных застроенных центров. Многие из этих мест теперь реорганизуются с применением регуляционных механизмов для улучшения экологического качества и экономической устойчивости.

Было бы уместно добавить, что некоторые курорты, созданные в последние годы на основе планирования, включают в себя новые городки, где проживает обслуживающий соответствующий курорт население. В этих случаях они функционируют в качестве жизнеспособных курортных городов.

По утверждениям экспертов ВТО, курортная система приобретает все больший размах наряду с другими формами пассивного отдыха.

Некоторые страны, в частности, островные, развиваются только благодаря предоставлению иностранным посетителям курортных услуг. Так, туристская индустрия Мальдивских островов получила динамичный толчок с начала 70-х годов. Если в 1972 году в стране было всего два острова-курорта на 280 спальных мест и насчитывалось всего 1097 туристских прибытий, то к концу 90-х годов здесь действовало 73 курорта, а еще 16 находилось в стадии разработки.

Туристский продукт Мальдивских островов базируется на природной исключительности страны, представляющей россыпь тропических островов с белоснежными песчаными пляжами, кристально чистыми лагунами, прославленными на весь мир коралловыми рифами и богатым подводным миром. Из 1190 островов Индийского океана только 201 обитаем, а 83 – превращены в острова-курорты. Представленный таким образом на туристских ярмарках, национальный «пэкидж» способствует повышенному интересу со стороны иностранных покупателей и ведет к хорошей загрузке гостиничной базы страны. К концу 1997 года ее мощность составляла 14,1 тыс. спальных мест, а число туристских прибытий достигла 365,5 тыс.

Начиная с 1981 года, среднегодовые темпы роста прибытий не снижались до 12%. В настоящее время средняя продолжительность пребывания путешественников на Мальдивах составляет 9 дней, а среднегодовая загрузка гостинично-курортной базы достигла 77,5% (тогда как в начале 80-х годов она равнялась 45%).

При строительстве курортов разрешено использовать только 10% территории острова, этим самым предотвращая нарушение экологического равновесия. С конца 90-х годов правительство Мальдив приняло второй генеральный план развития туризма, который предусматривает увеличение гостинично-курортной базы на 10 тыс. мест. Так, на первом этапе будет освоено 6 новых атоллов, где построят 14 туристских курортов на 3170 мест[39].

«Египетская Венеция», «Жемчужина Красного моря», «Маленький рай», «Игрушечный город» – так называют молодой, но популярный курорт Эль-Гуна, построенный в Египте десять лет назад в пустыне, который пересекали лишь редкие кочевники. В 1991 году здесь были построены первые виллы, а вскоре по заказу правительства разработан единый план строительства и развития городка. На месте пустыни возник уютный курорт, который занимает территорию более 11 млн. кв. м. За эти годы были созданы искусственные каналы, по котором сейчас плавают лодки, доставляющие туристов к песчаному пляжу, простирающемуся на 11 км. К настоящему времени построено 9

[39] TTG Russia, 1999, № 3/61, с.32.

гостиниц категории от 3 до 5 «звезд». На берегах канала расположены шикарные одно- и двухэтажные виллы, которые, кстати, можно приобрести. Эль-Гуна является местом не только для проведения отпуска, но и бизнеса. В каждом отеле есть вместительные и комфортабельные конференц-залы. Кроме того, в Эль-Гуне расположены ресторанчики, кафе, магазинчики, музеи и художественные салоны, дискотеки и кинотеатры. Здесь предоставляют авиационные услуги (можно взять напрокат самолет для индивидуальных экскурсий в Каир и Луксор), два морских порта – услуги прогулочных катеров, есть здесь и школа, собственное радио, газета, журнал, внутренний ТВ-канал и даже жилой комплекс для артистов и художников. В городе построен пивоваренный завод, а также предприятия по производству вина и минеральной воды. Отметим, что все туристические мощности возведены таким образом, чтобы не нанести вреда окружающей среде. Для всех отелей создана общая инфраструктура развлечений. Таким образом, Эль-Гуна развивается как огромный курортный комплекс[40].

Среди азиатских курортов стоит выделить такие направления, как Таиланд, Шри-Ланка и Индонезия. По мнению экспертов, таиландские курорты имеют устойчивый спрос из-за высокого сервиса и низких цен на услуги. Основными точками являются три курорта – Паттайя, Пхукет и Самуи, турпакеты которых продаются на многих рынках. Остальные курорты, куда менее известны – Хуа-Хин или Ча-Ам, например, имеют интерес у утонченных отпускников. Так, Паттайя сравнивают с российскими Сочи, так как это крупный курортный город с оживленной ночной жизнью. Здесь к услугам отдыхающих четырехзвездные отели американского типа, разнообразные магазины, торговые ряды, рестораны, кафе, сотни пивных баров, ночные клубы с шоу-программами и варьете, дискотеки и кегельбаны. Основные блюда – морепродукты, пользуются особым спросом, поскольку их цены не превышают $7-15 на человека. Между тем, правительство строго следит за состоянием санитарно-гигиенических норм, и туристы не опасаются за свое здоровье.

Самый большой остров страны – Пхукет – разрекламирован среди курортников как место для спокойного отдыха на природе. Тропическим раем называют и Самуи – третий по величине остров Таиланда. Туристам предлагаются как роскошные отели, так и пляжные бунгало, окруженные тропической растительностью. Здесь налажена и транспортная инфраструктура: помимо собственного маленького аэропорта, куда прилетают рейсы из Бангкока, Сингапура и т.д., здесь есть два морских порта, куда заходят суда, осуществляющие регулярные морские перевозки.

[40] TTG Russia, 1999, №7/8, с.14.

Богатейшая природа, тропический климат, смешение буддизма и индуизма и, конечно, прекрасно развитая туристская инфраструктура делают Шри-Ланку привлекательным для состоятельных туристов. Визитной карточкой острова являются отели. Практически все они, независимо от категорий, имеют большую благоустроенную территорию, просторные номера и представляют массу услуг для отдыхающих – от бутиков до водных горок и джакузи. Другая изюминка курорта – это экскурсии. Сравнительно небольшой остров является обладателем множества уникальных исторических достопримечательностей. В Коломбо курортников привлекает городской пейзаж, где небоскребы соседствуют со старинными колониальными зданиями, там же на рынках реализуются товары народного промысла. Большой интерес вызывает посещение монастырей, чайной фабрики, предприятий по обработке драгоценных камней. Еще один плюс этого направления – неограниченные возможности для занятий водными видами спорта. По всему побережью работает множество водных центров, куда отдыхающих доставляют бесплатные автобусы. Многие туристы едут в Шри-Ланку и с целью получения медицинских услуг. Здесь для курортников проводят особый курс лечения аюрведа, основная концепция которого направлена на оздоровление всего организма в целом при помощи натуральных препаратов древней медицины.

«Бали – жемчужина Индонезии» – так называют это курортное направление Азии. Прекрасная экологическая обстановка, комфортабельные программы, оригинальная национальная кухня и специфическое отношение к туристам способствовали тому, что остров вошел в десятку лучших курортов мира. Отдых на Бали – это, прежде всего, поездка за здоровьем. В каждом отеле есть свой центр-spa, предлагающий огромное количество видов массажа от европейского до японского, ароматерапию и др.

В противоположность летнему курорту у некоторой части туристов имеется устойчивый спрос на зимние виды отдыха, в частности, в Финляндии. Так, наибольшей популярностью пользуются горнолыжные курорты Вуокатти, Леви, Сариселка и зимние поездки в Лапландию. Основные достоинства финской курортной системы – развитая туристская инфраструктура и прекрасная экология[41]. Страна привлекает сторонников семейного отдыха, которые являются на 1/5 часть основными потребителями курортного туризма.

Турпродукт под общим названием «Немецкие горнолыжные центры Германии» наиболее продаваемые на европейском рынке. Самый известный горнолыжный курорт – Гармиш-Партенкирхен расположен в

[41] TTG Russia, 1999, №9/67, с.15.

северной части Восточных Альп. На склонах горы лежит ледник, поэтому кататься здесь можно круглый год. Гармиш располагает высококлассными спортивными сооружениями: 26 подъемников и лифтов гондольного типа, 25 кресельных, 139 – бугельных. Общая длина трасс – 73 км, из них 7 км – сложных, 56 – средней сложности и 10 км – легких. Кроме того, в этом курорте есть 39 км трасс для беговых лыж, спуски для сноубордистов, каток, теннисные корты, олимпийский бассейн. Желающим приключений предлагают заняться дельтапланиризмом, верховой ездой, керлингом и т.д. В курорте действует также несколько горнолыжных школ и пункты проката оборудования.

Какова ситуация в Узбекистане? Обратимся к данным десятилетней давности. Так, согласно официальной статистики, в 1989 году доля санаторно-курортных и оздоровительных услуг в общей доле всех предоставленных услуг населению составила 1,6%, в 1990 году эта позиция не изменилась, в то время как доля туристско-экскурсионных снизилась с 4,9% до 4,6%.

Из общего числа мест в санаториях и учреждениях отдыха в 1990 году более 6 тыс. предназначалось для отдыха семьями, 1,2 тыс. – для лечения родителей с детьми. Кроме того, в этом же периоде в республике функционировало 111 учреждений отдыха одно- двухдневного пребывания на 5,4 тыс. мест. Но уже тогда эксперты отмечали, что «потребность населения не обеспечивается имеющейся сетью учреждений санаторно-курортного лечения и отдыха, в них лечится и отдыхает примерно 1,6 млн. человек, что составляет 8% от общей численности населения» (см. таблицу № 2.16).

В 1990 году в санаторно-курортных учреждениях, пансионатах и базах отдыха, на туристских маршрутах и базах лечилось и отдыхало 2017,3 тыс. узбекистанцев, из них 413,5 тыс. – одно- двухдневным отдыхом. В то же время возросло количество участников экскурсий с 4075 тыс. человек в 1980 году до 7260 тыс. человек в 1990 году. Кроме того, около 900 тыс. детей и подростков в течение лета отдыхали в лагерях, на экскурсионно-туристских базах или выезжали на летний период в дачные местности с детскими учреждениями.

Потребность в учреждениях курортного и санаторного типа в Узбекистане была очень высока, и поэтому в планы социально-экономического развития вкладывались средства на их развитие. Например, за 1976-80 гг. было введено государственными и кооперативными организациями (без колхозов) санаториев и домов отдыха на 2843 мест, за 1981-85 гг. – 3474 мест, 1986-90 гг. – 4020 мест.

С переходом на рыночные отношения сложилась критическая ситуация в системе курортного туризма: резкое падение доходов населения, гиперинфляция, сложности с транспортным сообщением

привело к снижению загрузки туристских предприятий. Многие санатории и дома отдыха или закрылись, или вынуждены были значительно снизить объем предоставляемых услуг. В то же время некоторые из них сумели выдержать первый натиск переходного периода, переориентировать свою деятельность на не только предоставление курортных услуг, но и новых, что обеспечило им экономический эффект и более динамичное развитие.

Таблица № 2.16. Динамика развития учреждений отдыха и численности отдыхавших в Узбекистане за 1980-1990 годы[42]

Показатели	1980	1986	1990
Число санаториев и учреждений отдыха (без одно- двухдневных)	248	319	349
- из них коек (мест), тыс.	40,0	51,1	55,9
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	811,3	1452,0	1603,8
Число санаториев и пансионатов с лечением	73	88	88
- в них коек, тыс.	19,0	23,3	24,2
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	95,9	154,2	175,0
- из них детские учреждения	48	54	52
- в них коек, тыс.	11,0	12,7	11,9
Число санаториев-профилакториев	85	135	165
- в них коек, тыс.	5,7	9,7	12,9
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	76,8	141,8	187,8
Число домов и пансионатов отдыха	22	21	18
- в них мест, тыс.	4,9	5,4	4,3
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	59,2	80,2	72,3
Число баз отдыха	37	47	51
- в них мест, тыс.	4,6	4,7	5,0
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	16,2	24,8	24,1
Число туристических гостиниц, баз и др.	31	28	27
- в них мест, тыс.	5,8	8,0	9,5
- лечилось и отдыхало, тыс. чел.	558,9	1046,0	1136,0
Расходы по бюджету государственного социального страхования, млн. рублей:			
- санаторно-курортное обслуживание и лечебное питание	26,1	38,1	60,5
- обслуживание детей (детские учреждения, лагеря)	8,8	17,7	21,8

Нужно сказать, что курортный туризм может стать одним из серьезных факторов стабилизации региональной экономики. Вспомним, что за рубежом рекреационная сфера выступает ее своеобразным «катализатором», в частности в депрессионных районах. Курортный туризм способствует возрождению аграрных зон и решению проблем малых городов. Как отмечают эксперты, стимулирующее воздействие туристской сферы на развитие регионов проявляется, прежде всего, в том, что крупные инвестиции в рекреационное обустройство территории

[42] Народное хозяйство Узбекской ССР в 1990 году. Ташкент, Узбекистан, 1991, с.143.

обеспечивают прирост производства не только в индустрии туризма, но и других отраслях. Например, их доходы, согласно расчетам, возрастают в 3-4 раза, а в некоторых развитых странах – в 5 и более раз. Кроме того, курортный туризм создает благоприятные условия для поддержки экосистемы, эффективного землепользования и привлечения незанятого населения в свою сферу.

В Узбекистане курортный туризм имеет глубокие корни. Многие курорты построены в горных местностях или на равнинах, в зависимости от соответствующих достопримечательностей. По расчетам частных экспертов, сейчас в общем объеме внутреннего туризма Узбекистана на услуги курортной системы приходится от 5% до 15%, в то время как есть все возможности увеличить этот объем до 40%. Естественно, для этого необходимо не только проведение соответствующего маркетинга и менеджмента курортных предприятий, соответствующей рекламы и продвижения курортного турпродукта на внутреннем и внешних рынках, но и реорганизация всей системы курортной инфраструктуры. Не секрет, что большинство объектов были построены по требованиям советской архитектуры, что не соответствует международным стандартам. Кроме того, уже имеется большой физический и моральный износ основного фонда, и подавляющая часть санаториев, домов отдыха отвечают требованиям в лучшем случае категории 2-3 «звезды», в то время как, согласно мировому подходу к этой проблеме, среди них не менее 40% объектов должно соответствовать четырехзвездному уровню и выше, чтобы заинтересовать иностранного потребителя. Дороги, подъездные пути, мосты, удаление твердых отходов, электро- и теплоэнергетика, водоканализация, телефонная и компьютерная связь – это тот небольшой круг вопросов, которые необходимо решать сейчас, и которые требуют определенных инвестиций.

Одним из перспективных сфер курортного туризма республики является горная рекреация. Она располагает значительным материальным и природным ресурсом. Согласно официальным данным, в горах Узбекистана выявлено более 60 источников минеральных вод различного химического состава, на базе которых организованы бальнеологические санатории и лечебницы, а в Ташкенте, Фергане, Чартаке, Самарканде налажено производство минеральных столовых вод. Более того, Узбекский институт курортологии и физиотерапии им.Семашко рекомендовал строительство здравниц в зонах, расположенных в горах Самаркандской, Ташкентской, Кашкадарьинской, Сурхандарьинской, Наманганской областей[43]. Эти места

[43] Национальная стратегия и план действий по устойчивому развитию горных территорий Узбекистана, с.24.

отличаются разнообразными природно-рекреационными условиями и могут быть отличными туристическими центрами как для внутренних посетителей, так и для иностранных.

В настоящее время на территории Узбекистана широко распространены 13 типов лечебных минеральных вод, обеспечивающих высокую эффективность лечения заболеваний разнообразной этиологии. По оценкам экспертов, по количеству и качеству эти источники не уступают Кавказу и курортам дальнего зарубежья. В то же время в Узбекистане единственным источником лечебной грязи является озеро Балыкчи в Джизакской области, которая используется в санитарно-курортных и физиотерапевтических учреждениях. Согласно проведенным расчетам, запасы этого центра оценены в 177,5 тыс. кубов, что позволяет обеспечивать лечебные учреждения в течение 25-30 лет.

Уже сейчас узбекские эксперты рассматривают серьезный прорыв на курортном сегменте туристического рынка. Для этого необходимы не только усилия одной Национальной компании «Узбектуризм», частных турфирм и Министерства здравоохранения, но и других, смежных отраслей, в частности, транспорта, строительства, внешнеэкономических и дипломатических связей, полиции и др. При умелом подходе уже к 2010 году есть основания прогнозировать увеличение до 20% загрузки национальной курортной системы за счет продажи турпакетов иностранным потребителям.

Всего в Узбекистане расположено более 300 курортов, 40 здравниц и более 30 домов отдыха. Они осуществляют систематическую реализацию путевок по всем предприятиям и организациям республики, почти 20% путевок передают соседним государствам.

Бостанлыкский район располагает значительным рекреационным потенциалом, и поэтому здесь практически с 30-х годов началось освоение территорий с целью создания зон отдыха и туризма. Динамичное развитие он получил в начале 60-х годов с создания Чарвакского водохранилища – пляжно-водного туризма, что стало одним из мотивов посещения горожанами Ташкента, Ташкентской области и других регионов Узбекистана. После 1991 года Бостанлыкский район испытывал некоторые трудности, поскольку рыночная среда не способствовала тогда планомерному освоению зоны, более того, отмечались факты хищнического подхода к использованию природных ресурсов. Однако с конца 90-х годов ситуация стала кардинально меняться.

Решением правительства от 10 марта 2000 г. за N 83 «О мерах по сохранению природных богатств и обеспечению комплексного и системного подхода к освоению Чимган-Чарвакской зоны», территория

Чимган-Чарвакского региона по своим природно-климатическим условиям стала относиться к охраняемой природной территории - курортной природной территории и рекреационной зоне. Это придало локальному туризму официальный статус. В дальнейшем в это постановления вносились пять изменений и дополнений (N 74 от 13.02.2001 г., N 362 от 06.09.2001 г., N 112 от 28.02.2003 г., N 183 от 14.04.2004 г., N 237 от 19.05.2004 г., N 95 от 01.04.2005 г.).

Правительство поручило соответствующим ведомствам и местным органам власти провести ревизию ранее принятых решений о застройке Чимган-Чарвакской зоны. Также был поставлен вопрос при необходимости совместно с собственниками соответствующих объектов проработать вопрос об их передислокации; в установленном законодательством порядке решить вопрос ликвидации самовольных застроек в Чимган-Чарвакской зоне и в особенности на берегу Чарвакского водохранилища, наносящих ущерб экологической обстановке и загрязняющих воду; запретить здесь строительство любых промышленных, сельскохозяйственных и других объектов, способных нанести ущерб экологической обстановке.

Средства размещения. Кроме того, по решению правительства застройщики и владельцы санаториев, пансионатов, домов и зон отдыха, детских оздоровительных лагерей, кемпингов и других объектов провели инвентаризацию всех объектов, ревизию и корректировку имеющейся проектно-сметной документации на строительство объектов в Чимган-Чарвакской зоне и внесли предложения по завершению их строительства в течение 2001-2005 годов или сносу в случае невозможности восстановления незавершенного строительства.

В итоге на 2005 год в Чимган-Чарвакской зоне располагалось 54 объекта на 10964 мест туристско-рекреационной специализации, а также 7 объектов на 627 мест как средства размещения для специальных нужд (таблица № 2.17). В общей сложности, данная территория способна принять 11,5 тыс. человек, хотя значительная часть отдыхающих (приезжающих на пикник или на 2-3 дня) – неорганизованные туристы, а их объем значительно выше. Последние предпочитают останавливаться или в палатках, или на топчанах, или в гостевых домах местных жителей.

В рамках принятой государственной программы первоочередных мер по комплексному и системному освоению Чимган-Чарвакской зоны такими ведомствами как Госкомзем, Главное управление лесного хозяйства, хокимиатом Ташкентской области были определены границы этой территории туризма. Институтом "ТашНИиПИгенплан" завершена корректировка Генерального плана ее развития и застройки с учетом требований особо охраняемой зоны и Генеральной схемы развития Угам-Чаткальского национального природного парка.

Таблица № 2.17. Туристические объекты, расположенные в Чимган-Чарвакской зоне

№	Название	Принадлежность/собственность	Мощность, мест
	1. Размещения туристско-рекреационного назначения		
1	Оздоровительный лагерь «Иктисодчи»	Ташкентский государственный экономический университет	200
2	Зона отдыха ОАО «ТашОРЗ»	Узсельхозснабремонт	110
3	Детский оздоровительный комплекс «Еш куч»	АОТ "ТОМЗ"	450
4	Оздоровительный лагерь для детей	Алмалыкское ПО "Аммфос"	500
5	Оздоровительный лагерь «Шарк Юлдузи»	АООТ "Ташсельмаш"	350
6	Детский оздоровительныи лагерь «Конструктор»	ГСКБ по ирригации с опытным производством	420
7	Зона отдыха «Чимган»	ГГП"Ташкентгеология	26
8	Детский оздоровительный лагерь «Бельдерсай»	ГАО Ташкентский тракторный завод	600
9	Оздоровительный лагерь «Чаткал»	ГАО Ташкентский тракторный завод	90
10	Зона отдыха между Сувли-сой и Бай-сув	Обьединение "Узэлектромонтаж"	120
11	Детский оздоровительный лагерь «Шодлик»	ГАО "Узбекмебель", АО "Ташкент-мебель"	320
12	Детский оздоровительный лагерь «Нихол», п.Юсупхона	Академия наук Республики Узбекистан	200
13	Детский оздоровительный лагерь «Бурчмулло»	ПО "Узжелдорреммаш"	320
14	Зона отдыха «Чанок-зор»	АО "Ташгипрогор"	45
15	Детский оздоровительный лагерь «Зафар»	АООТ "Узэлектроаппарат", ассоциация "Узэлтехпром"	320
16	Зона отдыха	Институт геологии и геофизики	50
17	Зона отдыха	РАО "Пойафзал" и "Спортмоллари"	25
18	Детский противотуберкулезный санаторий «Чимган»	Минздрав	150
19	Зона отдыха «Юкори киргок»	АО "Оникс" (завод Миконд)	120
20	Зона отдыха «Абу-Рахмат»	КП ТЭЗЛМК	45
21	Детский оздоровительный лагерь «Эльбрус»	АООТ "Алгоритм" ассоциации "Узэлтехпром"	640
22	Зона отдыха «Хумсан»	АООТ "Алгоритм" ассоциации "Узэлтехпром"	30
23	Зона отдыха	Узбекский проектно-изыскательский и Научно-исследовательский институт геотехнологии (УзГЕОТЕХЛИТИ)	50
24	Детский оздоровительный лагерь «Ок елкан»	Минэнерго, ПОЭСИ	320
25	Зона отдыха «Чорвок»	АООТ "Узогирсаноатлойиха"	140
26	База отдыха	КП "Энергохимия"	96

27	Зона отдыха «Навруз»	ОАТПО "Тошкент универмаги"	300
28	«Узбеккосмос». Зона отдыха «Гранит»	НПП "Гранит", УзГАКИ	120
29	Зона отдыха «Янгикурган»	ОАО "Регионал-геологии"	25
30	Детский оздоровительный лагерь «Наргиз»	АООТ Уртааульское МРО	320
31	База отдыха и творчества	АО "УзЛИТИ"	60
32	Детский оздоровительный лагерь «Бахт»	АО "УзЛИТИ"	325
33	Детский оздоровительный лагерь им.Амира Темура	АО "Таштекстильмаш"	450
34	Детский оздоровительный лагерь «Чаткал»	Трест ОАО "Ташнефтегазстрой", АК "Узнефтегазстрой"	400
35	Пансионат «Бричмулло»	Авиакомпания "САР"	32
36	Зона отдыха «Арчазор»	ОАО НПЦ "Пахтасаноатилм"	100
37	Зона отдыха	АООТ "Тошкурилишматериаллари" ЛИТИ(НИИстромпроект)	100
38	База «Чимган»	ПО "Узспортиншоатлари"	64
39	Пансионат «Олтин-Емби», п.Бричмулла	Ассоциация "Узалмаззолото"	100
40	Дом отдыха «Лайнер»	Авиационный завод N 243	300
41	Зона отдыха «Мехнат» в Чимгане	КП "Узстальконструкция" ассоциации "Узмонтажспецстрой"	50
42	Зона отдыха в Бельдерсае	КП спецтреста N 93 ассоциации "Узмонтажспецстрой"	150
43	Зона отдыха	ОАО "Ташкентский завод "Компрессор"	100
44	Зона отдыха «Юсуфхона»	Узнацбанк ВЭД	100
45	МСОГК в урочище «Бельдерсай»	Узнацбанк ВЭД	164
46	База отдыха в зоне Чарвакского водохранилища	Академия Наук	300
47	Зона отдыха в урочище Чимган	ГАВК "Инновация" МВЭС	50
48	Пансионат в Кызыл-сув	АК "Узстройматериалы", АО "Газалкетойна"	150
49	Оздоровительный лагерь № 52	Хокимият г.Ташкента, фирма "Чимен'	640
50	Оздоровительный комплекс в Чимгане	Хокимият г.Ташкента, фирма "Чимен'	102
51	Общественный центр в Чимгане	Хокимият г.Ташкента, фирма "Чимен'	25
52	Юсупханинский комплекс оздоровительных лагерси	Минвуз, ТашГУ	300
53	Оздоровительный лагерь в Янгикургане	ИПК "Шарк"	300
54	Спортивно-оздоровительный лагерь	ТашГосМИ (Медицинская Академия)	100
Итого			**10964**
2. Средства размещения специализированных предприятий			
55	Учебно-геодезический полигон землеустроительного факультета, п.Юсупхона	Ташкентский институт инженеров ирригации и мелиорации сельского хозяйства	200
56	Учебный полигон, п.Бричмулла	Минвуз, Ташкентских технический институт	250

57	Учебный полигон	Минвуз, Ташкентский геологоразведочный техникум	100
58	Спасательная станция	Ташкентский областной ОСВОД	25
59	Дорожно-ремонтный пункт в п.Чимган	Госконцерн"Узавтойул" Бостанлыкский РУАД	22
60	Дорожно-ремонтный пункт в п.Бричмулла	Госконцерн"Узавтойул" Бостанлыкский РУАД	18
61	Дорожно-ремонтный пункт в п.Сиджак	Госконцерн' Узавтойул" Бостанлыкский РУАД	12
Итого			**627**
Всего			**11591**

Между тем, постановлением правительства были определены объемы незавершенного строительства, в частности, по Чаткальскому комплексу: молодежно-оздоровительный лагерь на 1000 мест, три пансионата с общим количеством 828 мест; Бакачульском комплексе: три гостиницы, два пансионата с общим количеством на 500 мест; Юсупхонинском комплексе: лагерь Национального университета на 300 мест. Таким образом, потенциальные мощности территории могут возрасти еще на 2628 мест.

Инфраструктура. Согласно инвестиционной программе, на 2001-2003 годы предусматривалось расширение очистных сооружений в городе Чирчике, реконструкция канализационных коллекторов Чимгансайского, Чарвак-Бакачуль, Чарвак-Газалкент, строительство Бакачульских инженерных сооружений, а на 2003-2005 годы - отводящих канализационных сетей. Также планировалось строительство магистрального водовода хозяйственно-питьевого водоснабжения, узлов очистки воды, насосных станций, водозабора и водовода от реки Янгикургансай и реконструкцию водозабора от местных родниковых источников, а на 2003-2005 годы - разводящих сетей до потребителей.

Следует добавить, что возведение очистных сооружений, магистральных канализационных коллекторов должно осуществляться за счет бюджетных средств, начиная с 2001 года. Что касается отводящих сетей канализации, водоснабжения, газификации и объектов энергоснабжения, то это - за счет средств долевого участия застройщиков и владельцев объектов в Чимган-Чарвакской зоне; а канализационных сетей от магистрального канализационного коллектора до поселка гидростроителей Чарвак выполняется за счет средств Министерства энергетики и электрификации.

Следует заметить, что проводится работа по реконструкции и расширению магистрали на трассе Чарвак-Юсупхона и Юсупхона-Янгикурган, возведена автобусная станция у железнодорожной станции Ходжикент, прокладывается лесополоса из декоративных и фруктовых деревьев вдоль дорог. Между тем планы по строительству пунктов автосервиса на магистрали Газалкент-Чарвак-Юсупхона-Чимган пока не

осуществились, точно также, как не реализован проект по газификации комплекса объектов Чимган-Чарвакской зоны.

В настоящее время действуют некоторые курорты, которые пользуются интересом у местных и иностранных туристов, а также включены в турпродукт некоторых операторов (см. таблицу № 2.18).

Таблица № 2.18. Зоны отдыха и курорты, включенные в турпродукты узбекских фирм

Предприятие, место дислокации	Услуги
Санаторий «Турон», г.Ташкент	Специализированная здравница, предназначеная для лечения заболеваний органов кровообращения. С 1978 года функционирует реабилитационное отделение на 30 коек для перенесших инфаркт миокарда. Номерной фонд: одноместный, люкс, двухместный, коттеджи. На территории разбит парк с декрагивными и фруктовыми деревьями. Лечебный комплекс: климатотерапия, водолечение, кардиология, неврология, лечение опорно-двигательной системы
Санаторий «Ак-Таш», Ташкентская область, 10 км от Газалкента	Горноклиматический курорт, одно- и двухместные номера. Лечебный комплекс: физиотерапия, искусственные ванные, сауна, парафино-озокеритолечение, массаж, ЛФК, терренкур. Есть библиотека, клуб, спортплощадки.
Санаторий «Чимион», 32 км от Ферганы	Бальнеологический курорт, спальные корпуса с 1 и 2-х местным номерами.Лечебные факторы: сероводородные минеральные воды типа мацестинских, иловая грязь с озера Балыклы. Лечебная база основана на лечебно-диагностическом оборудовании, физио-терапевтическими кабинетами. Есть плавательный бассейн, зал физкультуры. Отдельный корпус на 200 коек для лечения детей с родителями.
Санаторий «Замин», Джизакская область	Климатопрофилактическое и терапевтическое лечение заболеваний органов дыхания. Используется водолечение (искусственные, жемчужные, йодобромные, хвойные ванны, души), физиотерапия, ЛФК, массаж. 1 и 2-х местные палаты. Клуб, библиотека, бар, игровые комнаты с аттракционами для детей, спортплощадки. Организуются экскурсии.
Санаторий «Чартак», Наманган	1 и 2-х местные номера. Специализация «Мать и дитя», реабилитация. Лечение кожных заболеваний, органов дыхания, пищеварения, гинекология

Например, ташкентские фирмы «Ясмина-тур» и «Экосан-тур» ориентируют многих узбекских и иностранных туристов на курортный туризм, предлагая соответствующую организацию.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дома отдыха, курорт, здравница, рекреация, размещение, программа обслуживания, койко-места, инфраструктура, лагерь.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какие тенденции в курортной индустрии мира наметились в настоящее время?
2. Каково состояние и перспективы развития курортного туризма в Узбекистане?

2.4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: СОВРЕМЕННЫЙ ПРОДУКТ*

Понятие экотуризма. Природный туризм является одним из тех видов путешествий, который развивается самыми быстрыми темпами во всем мире. Экотуризм популярен среди тех туристов, которых беспокоит состояние окружающей среды и которые хотят узнать больше о местной экологии и культуре. Хотя здесь не требуется крупномасштабных усилий и больших капиталовложений, однако в природном туризме необходим тщательный контроль, чтобы не нарушить хрупкое экологическое равновесие.

Эксперт по туризму Наут Кастерс считает, что экотуризм – природный туризм, затрагивающий изучение и понятие охраны природы и руководствуясь устойчивостью экологии, социальной и культурной сферы». По данным Всемирной туристской организации, около 70% европейцев привлекает интерес к сельскому и природному туризму, 32% в основном заинтересованы в сельской форме туризма, 28% заинтересованы отдыхом в сельской местности и на природе, а 10% в основном заинтересованы природным туризмом[44].

По мнению эксперта Элизабет Бу, «этот сектор отрасли, которому трудно дать определение, так как он охватывает широкий круг различных форм времяпрепровождения. Природными туристами могут быть люди, спокойно гуляющие по девственному лесу или аквалангисты, любующиеся коралловыми рифами, или ценители птиц, разглядывающие новый, доселе не попадавшийся им экземпляр». В книге «Потенциальные возможности и опасности» она пишет: «Этот сектор рынка однозначно заинтересован в сохранении окружающей среды»[45].

Как утверждают другие эксперты, в частности, Всемирной туристской организации, «экотуризм – это туризм, в основе которого лежит забота об окружающей среде». Они отмечают, что «эта форма специализированного природного туризма, где на первый план выходит организация поездок с ограниченным числом участников в природные зоны с возможным посещением мест, представляющих культурный интерес. Основной акцент делается на необходимость бережного отношения к природе в контексте реализации различных проектов и использования природных ресурсов».

---

* Раздел подготовлен с участием эксперта Б.Бердиярова.

[44] Наут Кстерс. Маркетинг экотуризма для повышенного спроса. Проект Всемирного банка и ТАСИС «Сохранение биоразнообразия Западного Тянь-Шаня», 2001.

[45] Элизабет Бу. Потенциальные возможности и опасности, в 2-х томах. Вашингтон, округ Колумбия, Всемирный фонд дикой природы, 1990, с.5.

По нашему мнению, экотуризм является контролируемой государством, предприятиями, населением формой природного туризма. Его особенность заключается в том, что нерациональное и тем более неосторожное отношение посетителей к окружающей среде может нанести серьезный вред и даже нарушить региональную экосистему.

Приобретая турпродукт с экологической специализацией, туристы получают определенные услуги, в частности, они обеспечиваются пешими походами или путешествиями на лодках по природным зонам в сопровождении местных гидов, которые дают пояснения о местной флоре, фауне и экологии. Конечно, экотуризм может также включать в себя посещение местных деревень и ферм, поскольку подобные формы поселений людей и их образ жизни в наибольшей степени связаны с природой. Этот тип туризма в настоящее время привлекает к себе пристальное внимание благодаря его упору на сохранение окружающей среды и знакомство с природой.

Термин экотуризм часто заменяют другими, такими как природный туризм, устойчивый туризм, зеленый туризм, «ответственный» туризм и благотворный туризм. Хотя некоторые элементы являются одинаковыми для этих разных видов туризма, термины эти не являются синонимами и не могут считаться взаимозаменяемыми. Экотуризм – это один из видов природного туризма (поездки на природу). Экотуризм может включать фрагменты других типов природного туризма, например, приключенческого туризма – верховые прогулки или катание на каноэ. Наиболее часто используется следующее определение экотуризма:

«Экотуризм – это природный туризм, включающий образование и понимание природной среды, менеджмент которого осуществляется таким образом, чтобы эта деятельность была экологически, социально и культурно устойчивой».

Это определение признает, что «природная среда» включает культурные компоненты, а «экологическая устойчивость» включает соответствующий доход для местных жителей и долговременную охрану используемых ресурсов. В нем отмечается, что экотуризм, как и любой другой вид туризма, должен быть экологически устойчивым, доставлять удовольствие туристам и приносить прибыль местным жителям, а также «соответствовать» природной и культурной среде. «Соответствие» означает, что стиль, объем и вид деятельности должны соответствовать размерам и характеру ландшафта и настрою местных жителей.

Интерес к экотуризму появился из сочетания усиливающегося спроса на настоящий туристский опыт и увеличения интереса к охране природы. В туризме экотуризм занимает отдельную нишу Он включает такие виды туризма, которые согласуются с природными, культурными и

социальными ценностями, и которые пропагандируют взаимодействие культуры и природы в естественной среде. Экотуризм находится «на переднем крае» зеленого туризма, в котором природным аспектам отводится ведущая роль. В некоторых случаях достаточно небольшого изменения точки зрения туроператора для того, чтобы перейти от природного туризма к экотуризму.

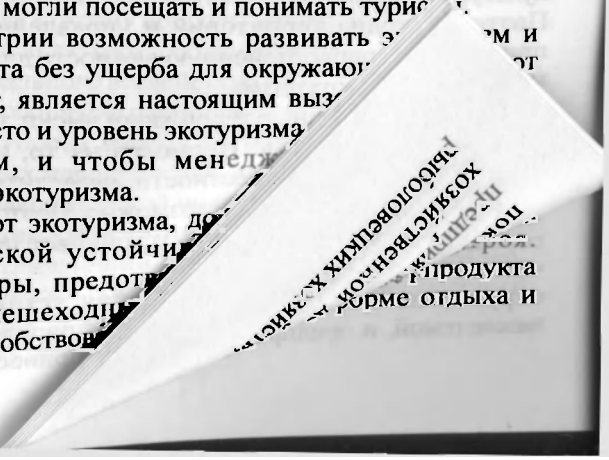
Главное преимущество, стимулирующее развитие экотуризма, состоит в том, что он объединяет туризм и охрану природы, таким образом, является экономическим стимулом для защиты окружающей среды. Еще одно преимущество – ценность повышения информированности и понимания взаимоотношений между дикой природой и разнообразными культурными перспективами сообщества. Основная задача – обеспечить баланс, чтобы экотуристическая отрасль могла быть коммерчески жизнеспособной, экологически устойчивой и ответственной по отношению к культуре.

Термин «экотуризм» неправильно трактовался и теми, кто отвечает за планирование, операторами, менеджерами, работниками сферы маркетинга, средствами массовой информации. В результате это слово использовалось для описания ряда туристских продуктов, которые не полностью соответствуют вышеприведенному определению. Такое широкое использование термина «экотуризм» вызвало дебаты по всей отрасли и привело к принятию других терминов, включая «устойчивый» туризм, туризм «с минимальным воздействием», туризм «на основе сообщества» и «ответственный» туризм. Ни одно из этих определений или альтернативных терминов не обеспечивают четкого разграничения между экотуризмом и другими формами туризма.

Элементы экотуризма. Любой туризм должен быть устойчивым – экологически, социально, культурно и экономически. Экотуризм отличается от остальных видов туризма своей зависимостью от охраны природных экосистем для того, чтобы эти экосистемы и связанные с ними культурные ценности могли посещать и понимать тури[illegible].

Для туристской индустрии возможность развивать э[illegible]м и повышать качество продукта без ущерба для окружающ[illegible]от которой экотуризм зависит, является настоящим вызо[illegible] необходимо, чтобы вид, место и уровень экотуризма [illegible] природным территориям, и чтобы менедж[illegible] соответствующий уровень экотуризма.

Прибыль, полученная от экотуризма, до[illegible] поддержания экологической устойчи[illegible] поддержки инфраструктуры, предотв[illegible] например, организация пешеходн[illegible] Инфраструктура может способство[illegible]



информированию их о том, как уменьшить воздействие на природные территории (например, экскурсии с гидами, визит-центры).

Управляющие природными территориями должны учитывать требования экосистем, разрешенную деятельность при той или иной форме аренды и режиме управления, соответствующие места для различной экотуристической деятельности, а также социальные потребности посетителей (например, приемлемость большой группы людей, необходимость в презентации местности).

Различная техника менеджмента, например, пропускной режим, наличие инфраструктуры и стили презентации, могут позволить поддерживать численность туристов в регионе на определенном уровне или увеличивать ее. Однако иногда следует ограничивать доступ и использование чувствительных природных территорий экотуристскими предприятиями во избежание излишней нагрузки, для сохранения экосистем и обеспечения возможности использования их всеми типами экотуризма.

Ниже перечислены некоторые основные элементы и принципы устойчивого экотуризма:

- естественная среда;
- экологическая и культурная устойчивость;
- вклад в охрану природы;
- образование и воспитание;
- обеспечение выгоды для местных жителей и их участия;
- удовлетворение туристов;
- надежный маркетинг.

Природная среда. Экотуризм основывается на использовании природной среды, при котором основное внимание уделяется биологическим и физическим характеристикам. Экотуризм осуществляется и зависит от природной среды и может включать культурные элементы, если они расположены в естественных условиях. Поэтому охрана территорий и управление природными ресурсами приобретают первостепенную важность для планирования, развития и менеджмента экотуризма.

Многие природные территории имеют значительную этническую и культурную ценность. Несмотря на то, что для экотуризма важно природное богатство местности, разделить природные и культурные компоненты экотуризма невозможно. Поэтому в целях проекта термин «экотуризм» может включать устойчивое использование культурных и природных ценностей.

Экологическая и культурная устойчивость. Туристическая деятельность, которая наносит вред природе, оказывает отрицательное воздействие на местных жителей и не приносит разумной экономической

прибыли, в конечном счете является неустойчивой. Менеджмент экотуризма осуществляется таким образом, чтобы избежать или свести к минимуму ущерб и обеспечить выгоду для местных жителей и окружающей среды на протяжении жизни настоящего и будущих поколений. Экотуризм включает активное участие туристов и туроператоров в охране природы региона. Например, туристы могут участвовать в научном мониторинге, восстановительных проектах или оказывать финансовую помощь администрации региона. Планирование экотуризма основано на понимании ресурсных проблем. Экономические возможности будут потеряны, если область превысит свою возможность поглощать воздействие от использования, на которое она рассчитана, или если значительно изменится ее биоразнообразие и внешний облик. Управлять воздействием экотуризма можно с помощью применения устойчивых методов. Например, воздействием на окружающую среду можно управлять, используя дизайн сооружений, оборудование и практику уничтожения отходов, уменьшающие воздействие как непосредственно в месте осуществления деятельности, так и в плане более широкого использования ресурсов.

Вклад в охрану природы. Экотуристы и операторы, специализирующиеся на экотуризме, могут внести свой вклад в охрану природы разными путями. Форму такого вклада сначала необходимо обсудить между управляющими природными ресурсами и операторами для того, чтобы принести наибольшую возможную пользу для природы, используя средства, которыми располагают операторы. Операторы, занимающиеся экотуризмом, могут внести свой вклад через участие в исследованиях и мониторинге дикой природы или воздействия туристов на природу, либо через оказание помощи в таких исследованиях или мониторинге, оказание помощи в управлении природными ресурсами или отчисление процента прибыли на управление природной территорией. Помощь операторов не должна ограничиваться только перечисленными видами деятельности. Примеры вклада в охрану природы независимых туристов и членов местного сообщества включают: соблюдение правил поведения туристами и оказание минимального воздействия на природу, участие в исследованиях руководства, сообщение о несоответствующем поведении управляющим и лесникам, уборка мусора на маршруте и участие в организованных общественных мероприятиях, например, субботниках, прополке и научных исследованиях дикой природы.

Образование и воспитание. Образовательное значение экотуризма – это ключевой элемент, отличающий экотуризм от других видов природного туризма. Экологическое образование и воспитание являются важными инструментами для создания у туристов незабываемых впечатлений. Экотуризм привлекает людей, которые в той или иной

степени стремятся увеличить свои знания и понимание природы. В идеальном варианте экотуризм должен положительно влиять на окружающую среду, улучшать охрану природы и углублять понимание культурных и природных ценностей. Экологическое образование может влиять на поведение посетителей, местных жителей и всей туристской индустрии. Оно может способствовать достижению долговременной устойчивости туризма на природных территориях. Экологическое образование и воспитание помогает туристам замечать в природе как большое, так и малое, осознавать природные и культурные ценности региона, необходимость менеджмента ресурсов, сложность природной среды и взаимозависимость ее элементов.

Одна из задач экологических туроператоров – обеспечить соответствующий уровень понимания экологии и культуры, обычно с помощью квалифицированных гидов и информации, предоставляемой до и во время тура.

Уровень и тип образования зависят от интересов и ожиданий туристов и включают широкий спектр образовательных возможностей – воспитание, интерактивные подходы и использование различных средств массовой информации. Таким образовательным или воспитательным компонентом могут стать природные или культурные ценности территории и рассмотрение таких вопросов, как менеджмент ресурсов, роль и отношение местных жителей.

Польза для местных сообществ и их участие. Выгода от экотуризма должна распределяться справедливо. Местные жители должны получать значительную выгоду в любом случае: если туристическое предприятие находится в другом населенном пункте, если оно принадлежит государству или является совместным предприятием. Выгода для местных жителей может выражаться в использовании местных операторов, местных гидов, специальных знаний, имеющихся в этой местности, покупке продуктов и услуг, использовании местной инфраструктуры.

Получаемая выгода для местного сообщества и окружающей среды должна быть больше, чем затраты на экотуризм, хотя выгоду и затраты трудно измерить.

Экотуризм обычно возвращает доход или другую прибыль для сохранения ресурсов и управления ими, а также приносит социальную и культурную пользу местным жителям и приезжим.

Вовлечение местных жителей может быть выгодным и для людей, и для окружающей среды, и в то же время улучшать впечатление, получаемое туристами. В организацию экотуризма можно вовлекать местные сообщества, они помогут своими знаниями, услугами, продукцией, что в свою очередь, создаст рабочие места. Выгода от

экотуризма должна превышать любые затраты местных жителей или ущерб, наносимый окружающей среде. Экотуризм должен обеспечивать доход для охраны и менеджмента природных ресурсов для того, чтобы помочь сохранить те природные ценности, которые важны для местных жителей.

Удовлетворение туристов. Задачей первостепенной важности для существования экотуризма как индустрии является удовлетворение спроса и интереса туристов. Получаемые впечатления должны соответствовать ожиданиям туристов или превышать их. Обслуживание туристов и удовлетворение их спроса и интереса являются неотъемлемой частью туристского продукта и должно стоять на втором месте по важности после охраны и защиты посещаемых территорий.

Помочь удовлетворить спрос и интерес туристов могут:

- обеспечение качества и наилучшего метода организации;
- система аккредитации экотуризма;
- широкий спектр экотуристского продукта, подходящего для разных видов экотуризма, типов землевладения и режимов менеджмента;
- подходящая и экологически чувствительная инфраструктура, не конкурирующая с природной средой;
- адекватный учет потребностей местных жителей;
- надежный маркетинг, создающий у туристов реалистичные ожидания от экотуризма;
- соответствующее планирование и менеджмент.

Надежный маркетинг. Реализация возможностей экотуризма во многом зависит от маркетинга, информирования потенциальных туристов об имеющихся возможностях и приведение предложения в соответствие со спросом. Маркетинг всегда предоставляет определенные возможности для экотуризма, поскольку:

- эта индустрия включает много мелких операторов, которые сами по себе не имеют средств для маркетинга на национальном или международном уровнях;
- операторы могут работать в сравнительно удаленных районах, где нет необходимых навыков маркетинга и средств.

У туристов должны быть реалистичные ожидания от будущих впечатлений, которые помогут им выбрать подходящий туристский продукт. В случае с экотуризмом, при надежном маркетинге потенциальные туристы получают информацию о том, какие виды отдыха возможны в конкретных районах.

Цикл «Рост – Пик – Спад». Модель «Рост-пик-спад» была впервые предложена Батлером (1980), который определил, что по мере того, как территория или привлекательные места приобретают популярность, они проходят через цикл роста, пика и спада. Этот процесс отражает

«эволюционный цикл», при котором туристы проходят через определенные стадии. Все этапы цикла характеризуются разным восприятием окружающей среды и различным ее использованием.

Экотуризм дает начальный импульс мелкомасштабному развитию на территориях, имеющих природную и культурную ценность, а за ним может последовать дополнительное развитие для привлечения большего количества туристов. Долговременный результат этого процесса может кардинально изменить характер впечатлений туристов, включая разрушение тех ценностей, которые изначально привлекали посетителей, и потерю ценности инвестиций. В мире существует много подобных примеров, особенно в пляжном туризме.

Планирование устойчивого туризма требует долговременного подхода, направленного на создание территорий, соответствующей инфраструктуры и механизмов для тщательного менеджмента. Экологически устойчивые модели менеджмента помогут избежать процесс «Рост-пик-спад».

Стили экотуризма. При планировании и менеджменте важно принимать во внимание разные виды экотуризма. Эти виды могут значительно отличаться друг от друга в зависимости от:

- типов желательных природных параметров;
- степени впечатлений и взаимодействий с природной средой;
- размеров групп;
- привлечения гидов и степени взаимодействия гидов и туристов;
- использования механических видов транспорта и инфраструктуры;
- видов впечатлений, получаемых туристами.

Существуют и другие виды деятельности в рамках природного туризма, которые связаны с экотуризмом и могут дополнять впечатления, получаемые туристами, но под определение экотуризма они не подходят. Примерами могут служить:

- визит-центры и экспозиции флоры и фауны, расположенные в населенных пунктах вдали от дикой природы;
- аквариумы, демонстрирующие морских обитателей и морские растения;
- коллекции местных растений и ботанические сады;
- зоопарки, где содержатся животные и птицы, характерные для данной местности;
- природные тематические парки;
- виртуальная реальность.

Хотя все эти примеры могут содержать компоненты экологического образования и воспитания и могут иметь общие с экотуризмом цели, эти виды деятельности не встречаются в природных условиях, и поэтому экотуризмом не считаются.

Наличие вспомогательной инфраструктуры. Хотя экотуризм не требует особого сервиса, для него требуется только основная инфраструктура, экотуристы имеют:

- потребности в транспорте;
- потребности в жилье;
- потребности в розничных и других продуктах во время их визита.

Значимое окружение. В экотуризме можно выделить следующие заинтересованные группы (значимое окружение), у каждой из них есть потенциальная роль в экотуризме:

- Индустрия туризма
- Индустрия экотуризма
- Туристы
- Центральное правительство
- Региональные власти
- Местные власти
- Управляющие природными ресурсами (включая владельцев собственности)
- Природоохранные группы или учреждения
- Местные жители
- Академические и научно-исследовательские учреждения и другие группы по профессиональным интересам

Условия для развития устойчивого экотуризма и управления. Эксперты рекомендуют придерживаться следующих принципов для развития экотуризма:

1. Экотуризм должен способствовать охране и улучшению природных территорий и устойчивому развитию прилежащих территорий и сообществ.

2. Экотуризм требует осуществления специальной политики, стратегий и программ для каждой страны, региона и территории.

3. Для экотуризма требуются практические и эффективные системы координации между заинтересованными сторонами, включая правительства, частные предприятия и местные сообщества.

4. Планирование экотуризма должно включать в себя четкие критерии территориального зонирования, включая заповедники и зоны низкого и среднего воздействия.

5. Физическое планирование и дизайн экотуристских объектов, особенно гостиниц и других средств размещения, ресторанов, информационных центров в национальных парках и т.д., должны осуществляться таким образом, чтобы не допускать или сводить к минимуму любое негативное воздействие на природную и культурную среды. В принципе следует применять местные строительные материалы, архитектурные стили, мебель и обстановку, используя при этом источники энергии, которые не загрязняют окружающую среду.

6. Аналогичным образом, средства транспорта и коммуникации, используемые в экотуристских районах, должны иметь низкий уровень загрязнения. В этих районах следует категорически запретить виды спорта с использованием шумных или сильно загрязняющих видов транспорта.

7. Экотуристическая деятельность в национальных парках и на охраняемых территориях должна осуществляться строго в соответствии с правилами поведения в таких районах.

8. Аналогичным образом, в этих планах управления следует учитывать тот факт, что эти зоны будут использовать туристы, и в них следует предусмотреть устойчивое использование и организацию посещений.

9. Следует установить надлежащие юридические и организационные механизмы в целях содействия эффективной организации участия местных сообществ во всем экотуристическом процессе, включая определение политики, планирование, управление и мониторинг.

10. В соответствии с этим следует также внедрить организационные, финансовые, налоговые и прочие механизмы, которые позволят оставлять значительную долю доходов от экотуризма в соответствующем местном сообществе или направлять их на природоохранные цели.

11. При этом следует обеспечивать такой экотуризм, который является выгодным, экономически устойчивым и прибыльным бизнесом. Если нет перспектив получения прибыли, частные предприниматели не будут делать инвестиции, и не будет средств для распределения среди местных сообществ или использования на природоохранные цели.

12. Все стороны, связанные с экотуристическим бизнесом, должны осознавать издержки, относящиеся к смягчению потенциальных отрицательных последствий, и такие издержки должны учитывать в технико- экономических и финансовых анализах всех экотуристских проектов до фактического инвестирования.

13. При развитии экотуризма нужно особо жестко обеспечивать соблюдение общих туристских нормативов и кодексов, сочетая контроль и мониторинг с разъяснительными кампаниями среди предпринимателей и туристов, обучением поставщиков услуг, а также предусматривая санкции к нарушителям. Следует поощрять, но при этом четко проверять саморегулирование и добровольные инициативы, относящиеся к экологической и социально-культурной устойчивости экотуризма.

14. Следует уделять внимание перспективам создания обязательных систем сертификации экотуристских объектов и видов деятельности, хотя бы на региональном и, по возможности, на общеевропейском уровне, для того чтобы гарантировать соответствие их качества принципам устойчивости. Также следует рассмотреть возможности

аккредитации имеющихся местных систем сертификации для повышения их авторитетности в глазах потребителей и иностранных туроператоров.

15. Образование и профессиональная подготовка являются основой управления экотуризмом. Менеджеры и сотрудники компаний, а также местное население нуждаются в обучении по общим и специфическим аспектам экотуризма, при этом такое обучение должно соответствовать потребностям каждой категории. В особенности , для экотуризма требуются высококвалифицированные гиды-экскурсоводы, которые предпочтительно, должны быть коренными жителями соответствующего района.

16. Экотуристы нуждаются в подробной и специализированной информации как до, так и во время поездки. Предоставление полной информации является как раз одним из элементов, которые и отличают экотуристский опыт от традиционного туризма, и эта информация может предоставляться в различных формах, включая брошюры, путеводители, карты, разъяснительные центры, эко-музеи, обозначенные тропы и конечно, самих гидов-экскурсоводов.

17. В рекламных материалах по экотуризму должна содержаться достаточная информация о впечатлениях, на которые могут рассчитывать туристы, включая сведения о флоре, фауне, рельефе, геологии, о посещаемой экосистеме. Сюда должна также включаться правдивая информация о размещении и организации питания, а также рекомендации о том, что можно и нельзя делать в данном турцентре. Предоставление всей этой информации до покупки экотура позволит потенциальным клиентам провести различие между настоящими экотуристскими операторами.

18. И маркетинговые каналы, и рекламные средства для экотуристских продуктов должны согласовываться с типом туризма, который предлагается клиенту, и с типологией экотуристов.

Условия. В настоящее время в Центральной Азии, а также в Узбекистане имеются хорошие условия для развития различных форм экотуризма. В частности, основные направления их приведены в таблице № 2.19, которая составлена при опросе экспертов.

Нужно заметить, что успех природного туризма в Центральной Азии зависит от сложившейся системы охраны окружающей среды. Дело в том, что многим паркам угрожает опасность как в результате нарушения биосистемы, так и под воздействием экономической деятельности человека. И поэтому чрезвычайно важно, чтобы каждый, кто связан с природным туризмом, понял, что основой всего являются нетронутые природные ресурсы. Конечно, при этом стоит помнить, что районы экотуризма нуждаются в доходах для организации ухода за территорией.

Существует много способов, среди которых введение специального экологического налога, включение затрат на восстановление и сохранение природы в стоимость экологического турпродукта. Многие национальные парки берут за вход небольшую плату, а некоторые вообще бесплатно пускают посетителей, но при этом им создается определенный сервис (магазины сувениров, кино- видеолектории, зоопарки, медицинский уход, пункты общественного питания, службы быта, средства размещения и транспорта и др.), за которые туристы готовы платить. В этом случае заповедники и национальные парки могут иметь надежный и постоянный источник дохода.

Таблица № 2.19. Мнения экспертов по развитию форм экотуризма в Центральной Азии, %

Формы экотуризма	Условия для развития и наличие инфраструктуры		
	Есть	Нет	Затруднились с ответом
Орнитология (наблюдение за птицами)	56	24	20
Хлорофильный или зеленый туризм (изучение флоры)	49	10	41
Палеонтология (изучение ископаемых животных)	34	20	46
Рыболовство и охота	78	12	10
Садоводство и сбор лекарственных трав	82	4	14
Ландшафтный туризм	57	34	9
Путешествия по рекам и озерам на лодках, плотах и т.д.	79	4	17
Прогулки по горам, пустыне, лесам на вьючных животных и пешком	90	6	4
Наблюдение за жизнью животных в вольерах и на дикой природе	60	10	30
Другие формы	49	31	20

Как отмечает Элизабет Бу, «туристы – благодарная аудитория для тех, кто занимается экологическим образованием». Во многих странах природные парки являются хорошим местом для экологического просвещения посетителей. С помощью информационных брошюр, выставок, документальных фильмов и путеводителей расширить свои знания в области природы могут путешественники «с солидным стажем», так и «недавно приобщившиеся». Существующий и реализуемый проект «ГЭФ» Всемирного банка направлен на решение проблем сохранения биоразнообразия особо охраняемых территорий, а именно на мониторинг, исследование, охрану, управление естественной средой и видами, а также связанное с ним обучение специалистов и населения.

В то же время следует добавить, что экотуризм внесет свой вклад в развитие сельских районов, если местные жители будут вовлечены в процесс развития туристской индустрии. Они уже сами будут заинтересованы в сохранении естественной природной среды и будут всячески пресекать ее нарушения. Сейчас в Центральной Азии население ничего не получает от развития туризма в национальных парках, так как люди не принимают в нем никакого участия. В связи с этим хочется сказать, что в этом направлении в Узбекистане делаются некоторые шаги, в частности согласно проекту ТАСИС будет уделяться особое внимание устойчивому социально-экономическому развитию населения на прилегающих к заповедникам территориях. Большие надежды возлагаются на возрождение народного ремесла и привлечение туристов.

В связи с этим возникает возможность наиболее эффективных контактов между активистами экологического движения и туроператорами. Во многих странах ранее эти две группы не только не сотрудничали, но и конфликтовали. По мере того, как число посетителей парков растет, увеличиваются и доходы от этой деятельности, и туристские предприятия все больше участвуют в природоохранных мероприятиях в этих районах, с одной стороны проводя разъяснительную работу со своими клиентами, а с другой – оказывая благотворительность на организацию эффективного управления парками и заповедниками.

Экологический туризм имеет глубокие корни во многих странах мира. Особо он развит в Европе, Африке, начинает набирать динамичные обороты в азиатской и латиноамериканской части света. Возможностями природного туризма располагают и государства Центральной Азии. Например, сейчас в Казахстане, Кыргызстане и Узбекистане реализуется Международный проект по сохранению биоразнообразия Западного Тянь-Шаня. Эти горы представляют особую природную зону, бесспорная значимость которой определяет ее приоритетность в политике трех стран по сохранению биоразнообразия. Эксперты отмечают уникальность Западного Тянь-Шаня: богатая флора и фауна, насчитывающая 3,0 тыс. видов, 170 из которых являются эндемическими. Здесь обитают находящиеся под угрозой исчезновения такие биологические виды и подвиды, как снежный барс, бурый белокоготный медведь, орлы (бородач-ягнятник, гималайский сип или кумай), многие редкие насекомые и растения. Экономическую ценность представляют лекарственные растения, дикие фруктовые деревья, естественные леса грецкого ореха, охотничье-промысловые виды птиц и млекопитающих.

Особенности географического положения и климатических условий обусловили большое различие и своеобразие ландшафтов. Здесь широко представлены пустыни, сухие степи и лугостепи, арчевники и елово-пихтовые леса, альпийские и субальпийские луга. Как видно из этого,

условия (то есть наличие достопримечательностей) для развития природного туризма существуют, но в то же время перед туристской индустрией стоят сложные задачи. Дело в том, что в связи со сложностями экономической трансформации местное население, проживающее в Западном Тянь-Шане, испытывает серьезные трудности. По некоторым расчетам, малообеспеченные жители составляют 60%. Таким образом, природные ресурсы, в частности, особо охраняемых территорий играют значительную роль в их жизнедеятельности. Наступление сельского хозяйства на естественно-природную среду может пагубно повлиять на биоразнообразие региона. В связи с этим экотуризм может стать одним из эффективных путей развития местной экономики.

В таблице № 2.20 дается экспертная оценка существующих возможностей туристской отрасли в отношении природоохранных мер в центральноазиатском регионе.

Таблица № 2.20. Мнения экспертов Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана о взаимоотношениях регионального туризма с экологией, (%)

Вопросы	Да	Нет	Без ответа
Готова ли туриндустрия Центральной Азии оказывать приемлемые услуги экотуристам?	42	45	13
Соответствует ли существующая туристская инфраструктура региона экологическим нормам?	30	59	11
Наносит ли туризм в нынешнем состоянии вред природе	56	41	3

Сейчас сложно проводить качественный анализ посещений Узбекистана иностранными туристами по конкретным целям, поскольку изначально отсутствует соответствующая информационная база. Конечно, в таможенных декларациях, которую туристы заполняют в аэропортах или железнодорожных вокзалах при пресечении государственной границы, указываются общие цели прибытий – личная, деловая, служебная, туризм, но эти данные не позволяют детализировать, например, какая форма туризма является основной для посетителя – культурно-познавательная, экологическая, приключенческая или научная. Поэтому доля потребителей тех или иных специализированных и узконаправленных услуг туристской инфраструктуры порою неизвестна. Но в то же время об этом можно судить по косвенным показателям – по объему оказанных услуг соответствующими предприятиями. Это касается и экологического туризма. Статистика хозяйственной деятельности национальных парков, охотничьих и рыболовецких хозяйств, звероферм, а также малого и среднего бизнеса,

занятого в обслуживании туристов, гидов-переводчиков, ремесленников на селе позволяет оценивать объем этой отрасли в общей сфере туризма.

Некоторые эксперты считают, что доля экологического туризма в общей сумме услуг, оказанных туристскими и другими предприятиями Узбекистана иностранным туристам, не превышает 1%, а в объеме внутреннего туризма она еще того меньше. По другим данным, около 10% всех отпускников (то есть внутренних туристов) проводят свои выходные на лоне природы, любуясь ландшафтом и изучая окружающий мир. Между тем, экотуризм в республике может стать таким же важным направлением в международном и национальном туризме, как историко-культурный, религиозный и бизнес-туризм, которые в настоящее время занимают значительный удельный вес в общем объеме туруслуг. По некоторым расчетам, доля экотуризма может возрасти до 10-20%, если для этого будут выполнены соответствующие мероприятия. К их числу эксперты относят:

- реконструкция и модернизация туристской инфраструктуры, а также строительство новых объектов, обслуживающих экотуризм;
- принятия соответствующей нормативно-правовой базы, регулирующей туризм в природных парках и других зонах с неустойчивой (легконарушаемой) экологической системой;
- организация соответствующих административных, экономических и других мер, направленных на гармоничный контакт человека с природой;
- привлечение местного населения к решению проблем экологии и увязку их хозяйственной деятельности с экотуризмом;
- продвижение узбекского экотурпродукта на международных туристских рынках в качестве «презентационной карточки» страны.

Хотелось бы отметить, что не все туроператоры, а также организаторы «ландшафтного» туризма понимают, что такое экотуризм и как его продавать потенциальным покупателям. Отчасти это связано с тем, что данная форма туризма тесно переплетается с другими, например, курортным, деревенским, приключенческим, спортивным туризмом, из-за чего экологические услуги трудно выделить в отдельную строку. С другой стороны, как отмечает эксперт Виктор Цой, председатель Ассоциации путешественников «Рабат Малик», представители туриндустрии представляют экологический турпродукт несколько в примитивной форме. Утрируя их мнения, можно свести общий знаменатель таких взглядов: экотуризм – это шашлык, водка и плов на природе, что ближе к туризму первобытнообщинного строя. Естественно, у современных потребителей экологического турпродукта возникает недоумение из-за грубого подхода к этой форме отдыха и познания.

В то же время, около 25% опрошенных турфирм в Казахстане, Кыргызстане и Узбекистане отмечали, что туристы, которых они обслуживали и которые прибыли в страны по разным видам туризма, часто просили включить в их программу маршруты по местной природе. Более того, со слов турлидеров, многие иностранные туристы имели обширные и порой глубокие представления о флоре и фауне, хорошо разбирались в тонкостях биосферы и стремились воочию «ощупать» мир. Некоторые из них, кстати, готовы были изменить направления своего визита в Центральную Азию с историко-познавательного на экологический туризм.

Согласно статье 3 Закона Республики Узбекистан «О лесе», лесные массивы выполняют преимущественно экологические (водоохранные, защитные, санитарно-гигиенические, оздоровительные, рекреационные), эстетические и иные функции, они имеют ограниченное эксплуатационное значение. Между тем экотуризм часто конфликтует с такой сферой человеческой деятельности как сельское хозяйство. Экстенсивный путь агроэкономики зачастую негативно влияет на природную среду, в частности, уменьшая ареал обитания многих форм флоры и фауны и сужая территории национальных парков и заповедников. Не будем рассматривать эту проблему в данном материале, но отметим, что уменьшение природных ресурсов ведет к снижению объемов и доли экотуризма как со стороны внутренних, так и иностранных туристов.

Например, Западный Тянь-Шань охвачен системой охраняемых территорий:

- строгие природные резерваты, в которых запрещена человеческая деятельность (заповедники),
- территории с ограниченной человеческой деятельностью (заказники),
- национальные парки и объединения лесного производства (лесхозы).

Основными территориями для сохранения биоразнообразия являются четыре заповедника – это Чаткальский (Узбекистан), Сары-Челекский и Беш-Аральский (Кыргызстан) и Аксу-Джабоглы (Казахстан). Все эти заповедники представляют единую региональную экологическую сеть. Естественно, здесь туристская деятельность запрещена.

Как происходит контакт между участниками туристического процесса – непосредственно туристами, которые потребляют экологический турпродукт, правительством, которое устанавливает определенные правила «игры», турфирм, стремящемуся обеспечить высокое качество услуг, местным сообществом, проживающем в природной среде и являющимся составной частью этой среды (а значит, и турпродукта), сторонниками охраны окружающей среды, осуществляющих общественный контроль за экосистемой, и предприятиями, обслуживающими экосистему (дирекция

заповедников, национальных парков)? При наличии различных интересов, между тем у них есть общий знаменатель – добиваться устойчивого и безопасного развития экосистемы. Этот аспект, кстати, отмечен на схеме № 7.

Естественно, что **индустрия туризма** стремится к обеспечению здоровой деловой среды, характеризуемой такими факторами, как:

- финансовая безопасность,
- квалифицированная и ответственная за результаты деятельности рабочая сила,
- наличие объектов туристского центра, обладающих достаточным уровнем качества сервиса, что способствует постоянному притоку посетителей и более продолжительному их пребыванию здесь.

Защитники природной среды и сохранения культурного и исторического наследия также стремятся к реализации своих интересов, в частности:

- защите экологии с помощью мер по предупреждению, устранению, восстановлению причиненного ущерба, а также проведению реставрационных работ;
- пропаганде экологических знаний среди туристов, чтобы те осознали происходящие процессы и сами активно подключились к сохранению экосистемы.

Местные жители, несомненно, желают жить в здоровой окружающей среде, а именно:

- потреблять чистые продукты питания и воду;
- получать квалифицированные медицинские услуги;
- иметь хорошую работу и оплату за труд, доступное образование и отдых;
- возможность самим решать свою судьбу.

Государство желает, чтобы:

- сохранялся природный фонд страны, как для настоящих жителей, так и для будущих поколений;
- возрождались народные промыслы и традиции, ремесленничество и быт, который связан как с природой, так и культурным наследием;
- производства не наносили вреда жизненному уровню, не нарушали экологическое равновесие.

Все вышесказанное объединяет всех участников процесса и составляет группу общих забот:

- прежде всего, проблема доступа, то есть когда, где и как организованы туристские поездки и передвижения по маршруту, проходящему по данной территории;
- проблемы взаимоотношений хозяев и гостей, например, воздействие на местную культуру или общее использование существующей инфраструктурой;

- аспекты землепользования, скажем, это охота - среда обитания, сельское хозяйство – организация отдыха, сохранение и развитие экологической системы – строительство туристской инфраструктуры.

В настоящее время в Узбекистане в законодательном порядке заповедники объявлены зоной, где хозяйственная деятельность запрещена, а значит, невозможен и туризм. Вход на эти территории имеют только специалисты, проводящие научные работы, а также персонал, охраняющий экологическую атмосферу. Но в то же время экотуризм возможен в зонах, являющихся составной частью Национальных парков и куда доступ для посетителей разрешен. В буферных зонах разрешена и хозяйственная деятельность, в частности, аграрная (земледелие и животноводство).

Для того, чтобы развивать туризм в природных парках, необходимо оценивать воздействие туристической деятельности на состояние и развитие окружающей среды. Сюда входят как материальные, так и социоэкономические факторы. С другой стороны, необходимо оценивать и уровень ущерба, наносимого природе. В таблице № 2.21, которую разработал эксперт Эдвард Инскип[46], дается матрица оценок, по которой узбекские специалисты в области биологии, экономики и туризма определили уровень воздействия современного туризма на окружающую природную среду в центральноазиатском регионе.

Таблица № 2.21. Оценка влияния туризма на природную среду Центральной Азии, мнения экспертов

Тип воздействия	Оценка воздействия			
	Нет воздействия	Незначительное воздействие	Среднее воздействие	Серьезное воздействие
Качество воздуха	+			
Качество воды у поверхности		+		
Качество грунтовых вод		+		
Дорожное движение			+	
Уровни шума				+
Система удаления твердых отходов				+
Места археологических раскопок и исторические места			+	
Приятность пейзажа			+	
Естественная растительность		+		
Животный мир (звери, птицы, насекомые)			+	

[46] Эдвард Инскип. Туристское планирование: метод комплексного и устойчивого развития туризма. ВанНостранд Рейнхольд, 1991, с.56.

В процессе планирования туризма в районах с дикой природой очень важно, чтобы туристские объекты вписывались в окружающую среду. Кроме того, концентрация туристских объектов и услуг в определенных туристских зонах позволяет эффективно разместить инфраструктуру. Так, например, на Мальдивах при строительстве курортов правительством разрешено использовать только 10% территории острова, этим самым предотвращая нарушение экологического равновесия.

Нужно заметить, что воздействие на окружающую среду может быть различным. К **положительным воздействиям** эксперты относят то, что:

- туризм может стать способом защиты окружающей среды, археологических и исторических мест, а также местной архитектуры;
- улучшается состояние природной среды;
- улучшается инфраструктура, что, в свою очередь, приводит к уменьшению числа экологических проблем;
- углубляется понимание со стороны местных жителей проблем окружающей среды.

К **потенциальным негативным воздействиям** эксперты относят:

- **загрязнение воздуха, воды, повышенные уровни шума, проблемы с переработкой мусора,**
- нанесение ущерба биологическим видам флоры и фауны;
- возникновение дополнительных рисков для природы;
- ущерб для исторических мест и археологических раскопок;
- проблемы с землепользованием, такие как линейное или полосное строительство магазинов вдоль дорог рядом с туристскими достопримечательностями.

Зачастую курорты, как крупные туристские центры, являются объектами экологического туризма. Каждая курортная зона является уникальной из-за расположенной непосредственно в ней природной среды. Поэтому при использовании земли под курорты необходимо применять основной принцип – сохранение характерных черт окружающей среды, таких как пляжи, прибрежные районы, озера, лагуны, пруды, места археологических раскопок и исторические памятники, высокие деревья, необычные рельефы и вершины холмов. Сюда же необходимо отнести и строительство и содержание обзорных площадок и мест, откуда туристы могут любоваться живописными окрестностями. Конечно, доступ туристов к природной среде должен находиться под контролем, в том числе и к основным достопримечательностям, например, пляжам и историческим местам. Сейчас в состав курортов все чаще входят природные парки, открытые для всех, в том числе и для местных жителей.

Нужно сказать, что обеспечение соответствующей инфраструктурой туристского центра необходимо для предотвращения экологических проблем. Часто такая система может обслуживать нужды соседних

населенных пунктов (скажем, кишлаков и аулов), что для местного населения может стать одним из позитивных результатов строительства такого центра. В настоящее время в туризме используются природосберегающие методы развития инфраструктуры,: очистка и переработка стоков для ирригации, использование солнечной энергии для обеспечения горячей водой и естественной вентиляцией, заменяющей кондиционирование воздуха. Как правило, при возведении туристского центра проводится большой объем работ по ландшафтной архитектуре с целью создания привлекательного открытого пространства. Здесь, кстати, используют местные виды растений, которые не требуют тщательного ухода и подходящих с точки зрения экологии для данного региона, они в то же время не нуждаются в интенсивной ирригации.

Важную роль в развитии туризма и рекреационной деятельности в нашей республике сыграли последние правительственные решения. Так, Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан № 83 «О мерах по сохранению природных богатств и обеспечению комплексного и системного подхода к освоению Чимган-Чарвакской зоны» от 10 марта 2000 года говорится, что данная территория по своим природно-климатическим условиям относится к особо охраняемой природной зоне курортного и рекреационного назначения. В связи с этим в этом регионе проводится значительная реструктуризация инфраструктуры с целью снижения экологической угрозы со стороны тех предприятий, которые наносят ощутимый вред природе, а также выявления экономического потенциала местного туризма. Планируется не только проведение инвентаризации всех объектов и сооружений, расположенных на данной территории, но введение безотходных и экологически безопасных мощностей. Так, будут расширены очистные сооружения, начнется реконструкция канализационных коллекторов, строительство инженерных объектов, а также магистрального водовода хозяйственно-питьевого водоснабжения, насосных станций, водозабора и сетей газификации. Документом предусматривается, что если на территории зоны имеется незавершенное строительство, то оно должно быть введено в строй в течение 2001-2005 года, в ином случае оно подлежит сносу. Уже сейчас проводится ревизия всех ранее принятых решений о застройке Чимган-Чарвакской зоны. При этом на проработке о дислокации. Вопрос касается не только передислокации некоторых объектов и ликвидация самовольных застроек, особенно на берегу Чарвакского водохранилища, наносящих ущерб экологической обстановке и загрязняющих воду. Запрещено строительство любых промышленных, сельскохозяйственных и других производств, негативно влияющих на природу.

Экотуризм все больше начинает расширять свои горизонты, осваивая новые территории, проникая в местное хозяйство. «Здесь нужно не только

внимание со стороны правительства, отечественных туроператоров, но и международных организаций, в частности, ВТО, региональных туристских структур, инвесторов, предпринимателей, - отмечает эксперг по туризму Сергей Данилов. – Но никакая проблема не будет решена, если в экотуризм не будет вовлечено местное население. Именно оно в первую очередь, должно получать выгоду от этой формы экономической деятельности, которая, при этом сохраняет окружающий мир, быт и традиции».

В настоящее время экологический турпродукт имеет спрос среди иностранных и отечественных туристов. По мнению экспертов, Центральная Азия может стать своеобразной «Меккой» природных форм путешествий (см. таблицу № 2.22).

Таблица № 2.22. Экологический турпродукт Центральной Азии – потенциалы рынка

Целевая группа / деятельность	Местные резиденты	Народности Центральной Азии	Ученики/ студенты	Состоятельные туристы	Западный рынок приключенческого туризма/особый интерес	Туристы Шелкового пути
Развлекательные экскурсии	1	2	3	1	1	1
Образовательно-познавательные туры по природе	1	1	2	1	1	1
Семейные пикники (ландшафтный туризм)	3	3	3	1	1	1
Совмещенный пакет туруслуг (отдых на природе+познание культуры, курорты+рабалка)	1	1	2	2	2	2
Активный туризм (пеший, на лошадях, на байдарках)	1	1	3	3	3	1
Научный туризм (наблюдение за птицами, животными)	1	1	2	1	3	1

Примечание: 1- невысокий потребительский спрос, 2 – средний спрос, 3 – значительный спрос.

Как видно из таблицы № 2.21, видна градация интересов местных и иностранных туристов в потреблении экологического турпродукта. Наиболее активными потребителями являются молодые люди, обучающиеся в средних специальных и высших учебных заведениях, и даже школьники. По оценкам частных экспертов, поколение в возрасте от 14 до 35 лет способны потребить до 2/3 всего объема предлагаемого турпродукта Центральной Азии по направлению природного отдыха.

В качестве примера можно предложить следующие программы экологических туров в рамках Угам-Чаткальского природного парка[47]:

[47] Данные продукты разработаны экспертом Борисом Карповым в 2005 году.

По Чимган-Бельдерсайской туристской зоне

ВОКРУГ БОЛЬШОГО ЧИМГАНА:

1 день. Переезд из Ташкента на горнолыжный курорт Бельдерсай, (80 км, 2 час.). Переход по ущелью реки Бельдерсай под перевал Чет-Кумбель. Ночевка в палатках на живописной поляне в палатках. Лагерь 1. **2 день.** Короткий день. Переход по хорошей тропе в верховья реки Бельдерсай. Подъем на перевал Кумбель. Лагерь 2 у родника.**3 день.** Напряженный день. Переход по южным склонам горы Б. Чимган 3309 м. к перевалу Комсомолец. Лагерь 3. **4 день.** Спуск с перевала Комсомолец в ущелье реки Мазарсай. Переход к местечку «водопровод». Лагерь 4 у родника. **5 день.** Спуск в ущелье реки Гулькамсай. Посещение гулькамского каньона (теснин). Во второй половине дня переход через перевал Гулькам (1830 м.) в долину реки Чимгансай. Встреча с машиной. Возвращение в Ташкент (90 км, 2 час.).

ПЕШИЙ МАРШРУТ ПО ЗАПАДНОМУ ТЯНЬ-ШАНЮ:

1 день. Переезд из Ташкента через поселок Гальвасай в зону отдыха «Чимган» у подножья Чаткальского хребта Западного Тянь-Шаня (100 км 1,5 час 1300 м). Подъем по хорошей тропе на перевал «Песочный» (1830 м). Спуск в ущелье реки Гулькамсай. После отдыха в березовой роще прохождение одного из красивейших мест в горах Узбекистана - гулькамского каньона. Скальная щель временами сужающая до 5 метров с многочисленными небольшими водопадами, ванночками, каменными пробками и частыми бродами проходится за 2 часа. На выходе из каньона обед в живописной роще. После отдыха переход по проселочной дороге вокруг горы Малый Чимган (2100 м). С дороги открывается величественная панорама Угамского, Пскемского и Коксуйского хребтов Западного Тянь-Шаня, окружающих Чарвакское водохранилище.После 3 часов пути спуск к поселку Чимган. Встреча с машиной. Возвращение в Ташкент через Чарвакское водохранилище.

ВЕРХОМ НА ЛОШАДЯХ ПО ЧИМГАНСКИМ ГОРАМ:

1 день. Рm. Трансфер Ташкент- поселок Чимган, где в основном проживают этнические казахи (90 км.). Размещение в национальном доме или коттеджах Пешая экскурсия к Черному Водопаду у подножия Большого Чимгана**2 день.** Завтрак. С 07:00 начало конного перехода. Верхом на лошадях туристы поднимаются на горный хребет, разделяющий реки Чимгансай и Ишаккуприксай. Дальнейший путь пролегает по хребту, откуда открывается величественная панорама гор, долин и поселков Западного Тянь-Шаня. В районе горы Кызыл-Джар ("Красный обрыв") туристы остановятся на отдых у местных пастухов. Познакомятся с их бытом и жизнью, отведают ароматного чая, увидят, как готовят курт (сухой творог) и кумыс – национальный напиток из кобыльего молока. После обеда туристы обойдут красный обрыв и спустятся к подножию горы Большой Чимган и затем возвратятся в Ташкент.

БЕЛЬДЕРСАЙСКОЕ КОЛЬЦО:

1 день. Переезд в долину реки Бельдерсай к слиянию рек Бельдерсая и Мраморной (75км, 2 час). Это начальная точка маршрута. Подъем по левому берегу реки Мраморная, 2,5 – 3 час. Остановка в березовой роще. Лагерь. Отдых и прогулки по окрестностям. Акклиматизация и подготовка к следующему дню.**2 день.** Завтрак. Подъем на перевал Урга-Кумбель, 1 час. (1850 м. над уровнем моря). С перевала открывается прекрасный вид на долину реки Чирчик и перевал Чет-Кумбель. Пологий спуск ведет нас к маленькой рощице на берегу реки Бельдерсай. После короткого отдыха продолжение перехода под седло перевала Чет-Кумбель. Лагерь. **3 день.** После завтрака 4 часовая прогулка к наскальным рисункам. Возвращение в лагерь, обед. Спуск по долине реки Бельдерсай к дороге. Встреча с машиной. Переезд в Ташкент.

К вершинам Бельдерсая (конный маршрут)**1 день.** Переезд из Ташкента в долину реки Бельдерсай (80км, 1час30мин) в горный поселок Кызылора (1300м)

Встреча с погонщиком и лошальми. Переезд верхом через живописные рощи и альпийские луга, вдоль реки Бадамсай на горный хребет к вершине Майгашкан (2310м). Осмотр величественной панорамы долины реки Чирчик. Спуск через родник Тоганбулак в поселок Кызылора. Размещение в доме лесника. Ознакомление с бытом и жизнью жителей поселка.**2 день.** Пеший переход к скальным ванночкам реки Бадамсай. Купание. Отдых. Прогулки. Во второй половине дня спуск в поселок Кызылора. Встреча с машиной. Вечерний переезд в Ташкент (80км, 1час 30мин).

По Хумсан-Акташской туристской зоне

ПОЕЗДКА ВЕРХОМ ПО ХРЕБТУ КАРЖАНТАУ:

1 день. Переезд из Ташкента в горный поселок Хумсан, расположенный в долине реки Угам между Угамским хребтом и хребтом Каржантау, Западного Тянь-Шаня (90 км, 2 час.). Размещение в доме местного жителя. Прогулки по прилегающим окрестностям. Знакомство с традициями и бытом местных жителей. Отдых на реке Угам. **2 день.** Поездка верхом на лошади из поселка Даля (1000 м.) в верховья реки Уркутсай. Осмотр с панорамной точки долины реки Чирчик. Спуск в поселок Даля. Встреча с машиной. Переезд в Ташкент (90 км, 2 час.).

ХУМСАН-БОСТАНЛЫК:

1 день. Вечерний переезд из Ташкента в поселок Хумсан, раскинувшийся в живописной долине реки Угам на стыке оконечностей Угамского хребта с хребтом Каржантау Западного Тянь-Шаня (90 км. 1 ч 30м). Размещение в доме местных жителей. Ужин.**2 день.** После раннего завтрака переезд верхом на конях по ущелью реки Бостанлыксай до местечка «Бостанлык-бува» (7 км. 1 ч. 30 мин). Пешая экскурсия к водопаду «Кырк- Кокил»- тысяча косичек. Возвращение к лошадям. Переезд в поселок Хумсан. Обед. Отдых на берегу реки Угам. Вечерний переезд в Ташкент (90 км. 1ч 30 м)

К ИСТОКАМ РЕКИ КАНСАЙ (конный маршрут):

1 день. Переезд из Ташкента в горный поселок Даля у подножья хребта Каржантау Западного Тянь Шаня (90 км; 1 час 30 мин). Подъем верхом на лошадях по тропе левобережнего склона реки Кансай на перевал Курганташ (3 час). Остановка на обед в летовке (летнем домике) пастухов у истоков реки Кансай. Прогулки по склонам с выходом на панорамные точки. Обзор великолепной панорамы Угамского, Пскемского Чаткальского хребтов Западного Тянь Шаня с Чарвакским и Ходжикентским Водохранилищами. После обеда спуск по пологому правобережнему хребту реки Кансай в поселок Даля (2 час). Остановка в доме местного жителя. После небольшого отдыха с чаепитием встреча с машиной. Вечерний переезд в Ташкент (90 км; 1 час 30 мин).

По Бурчмулла-Нанайской туристской зоне

ПО ТРОПАМ РЕКИ КУЛОСЬИ:

1 день. Переезд из Ташкента в поселок Бурчмулла (120 км, 2 час.). Размещение в гостевом доме или палатке. Отдых на берегу Чарвакского водохранилища.**2 день.** Ранний выход из поселка на маршрут. Несложный подъем на перевал Тексай 1560 м., 1 ч. 30 мин. Обзор панорамы Чарвакского водохранилища, пиков Аукашка (Охотничий), Большой Чимган (3309 м.), Малый Чимган (2099 м.). Спуск по хорошей тропе левобережнего отрога реки Кулосья в поселок Бурчмулла (1 час, 30 мин.). Отдых на берегу Чарвакского водохранилища. Вечерний переезд в Ташкент (120 км. 2 час).

На конях по Пскемскому хребту (конный маршрут)**1 день.** Переезд из Ташкента в горный поселок Бурчмулла (120 км, 2 час). Знакомство с бытом и жизнью местных жителей. Отдых и купание в Чарвакском водохранилище. Ночевка в доме местного жителя в поселке Яккатут (900м).**2 день.** Переезд на конях в верховья реки Чавата. Подьем на перевал Келенчек (2355м). Осмотр величественной панорамы Чарвакского водохранилища, окруженного горными хребтами Западного Тянь-Шаня. Спуск в долину реки Пскем в поселок Нанай (880м). Остановка в доме местного жителя. Вечерний переезд в Ташкент (120 км. 2 час).

Данные туры считаются интересными среди иностранных туристов: так, 74% опрошенных заявили, что путешествие было для них весьма познавательным и полезным. В то же время они рекомендуются и для национальных туристов, специализирующихся на природных формах путешествия и отдыха.

Законодательство. В настоящее время в Узбекистане действуют нормативно-правовые акты, связанные с охраной природных территорий. Это:

- Закон Республики Узбекистан «Об охране природы» от 9 декабря 1992 г. N 754-XII. Он регулирует отношения в области охраны природы и рационального использования природных ресурсов в Республике Узбекистан;
- Закон Республики Узбекистан «Об охраняемых природных территориях» от 20 декабря 2004 года;
- Программа действий по охране окружающей среды в Республике Узбекистан на 1999-2005 годы, утверждена Постановлением Кабинета Министров от 20 октября 1999 года. Регулирует процесс охраны окружающей среды между государственным, общественным и частным секторами, определяет стратегию развития использования и охраны природных ресурсов;
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по сохранению природных богатств и обеспечению комплексного и системного подхода к освоению Чимган-Чарвакской зоны» от 10 марта 2000 г. N 83. Регулирует процесс создания туристско-рекреационной зоны на территории Угам-Чаткальского природного парка;
- Кодекс об административной ответственности Республики Узбекистан. Глава YIII. Административная ответственность за правонарушения в области охраны природной среды и природопользования и пришедших в негодность химических веществ. Статьи 65-96;
- Уголовный кодекс Республики Узбекистан. Глава XIV. Преступления в сфере охраны окружающей среды и природопользования. Статьи 193-204.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экология, турпродукт, местное сообщество, охрана природы, биоразнообразие, экскурсии, принципы, стили, условия, инфраструктура, нормативные акты.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что такое экологический туризм?
2. Какие тенденции происходят в сфере экологического туризма в Узбекистане?
3. Какие маршруты приняты в Узбекистане в качестве экологических?
4. Как принципы экотуризма вы знаете?
4. Какие нормативно-правовые акты, регулирующие охрану природы, существуют в Узбекистане?

2.5. СПЕЦИФИКА ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА

Туризм может стать очень важным видом социальной и экономической деятельности в крупных и малых городах. Являясь не только отправным пунктом для посещения достопримечательностей в сельских и неосвоенных территориях, города порой сами предлагают широкий спектр таких достопримечательностей – музей, парки, театры, исторические памятники и интересные архитектурные сооружения (традиционные и современные), многочисленные магазины и рестораны, объекты развлечения и досуга, привлекающие множество туристов.

Нужно сказать, что туризм в малых и крупных городах – явление широко распространенное. По данным ВТО, в некоторых странах его доля порой достигает 90% от общего объема туристских услуг, средняя статистическая мировая же доля – 56%. Как заявляют эксперты, городской туризм представляется наиболее востребованной формой туризма, в особен-ности однодневного или краткосрочного (до 3-х дней). Эти урбанизиро-ванные территории часто предлагают широкий диапазон исторических и культурных достопримечательностей, магазинов, ресторанов и заманчивый элемент напряженного ритма городской жизни. В этом контексте необ-ходимо отметить, что многие городские достопримечательности и объекты создаются в основном для обслуживания местного населения, однако их использование туристами может зачастую оказывать им неоценимую поддержку. Помимо этого, урбанизированные территории могут действовать в качестве въездных/выездных пунктов для туристов в соответствующей стране или регионе и служить для иностранных посетителей базой для выезда на экскурсии в близлежащие зоны. Гостиницы и другие туристские объекты являются неотъемлемым элементом городской инфраструктуры и обслуживают как деловых путешественников, так и отпускников.

Конечно, в крупных и малых городах могут возникать специфические проблемы, связанные с развитием туризма, из-за конкуренции за лучшие участки под строительство гостиниц, административных зданий и т.д., а также хронической перегрузки транспортной сети, иногда и первостепенных туристских достопримечательностей. В то же время городской туризм может принести такие значительные экономические выгоды, как занятость и дополнительный доход. Он также может оказать содействие в содержании музеев, театров в плане сохранения исторических памятников, что в высшей степени отвечает интересам местных жителей. Туризм также может сыграть положительную роль в реставрации и экономическом возрождении старых городов и даже близлежащих деревень, которые снабжают гостиницы, магазины и кафе продуктами питания и изделиями сельских ремесел.

Городской туризм, как и любой вид туризма, необходимо планировать. Городским властям следует определять местоположение гостиниц и других туристских объектов, местоположение и обустройство привлекательных элементов, дополнительную инфраструктуру, которая для них требуется, и вероятно, улучшение их институционного характера. Теперь во многих странах становится обычной практикой обустраивать или реорганизовывать определенные городские районы, как, например, исторические кварталы и набережные, которые в основном ориентированы на туризм и рекреационное обслуживание местных жителей. Для привлечения иностранных посетителей зачастую создаются крупные конгрессные и спортивные сооружения.

В настоящее время городской туризм является ведущей формой международного туризма в Узбекистане. Подавляющая часть организованных посетителей прибывает в республику с историко-познавательной целью, объекты которой в 70% и выше расположены в городе или близлежащих от города районах. Только в одной Бухаре более 140 памятников истории, культуры и культа, что является притягательной силой для многих туристов. Но, как показывает мировой опыт, для развития городского туризма наличие только объектов старины не является достаточным. Необходим комплекс услуг, который превратил бы городской турпродукт в конкурентоспособный по сравнению с другими формами рекреации и отдыха.

Необходима соответствующая инфраструктура, которая соответствовала бы запросам иностранных посетителей. Прежде всего, это средства размещения уровня от трех- и выше «звезд» в классификации гостиничного хозяйства города. В Ташкенте к таким комфортабельным можно отнести отели «Узбе-кистан», «Буми», «Интерконтиненталь», «Шератон-Ташкент», «Шодлик-Па-лас», в Бухаре – «Бухоро-Палас» и «Старая Бухара», в Самарканде – «Афро-сиаб», «Самарканд», «Интурист» и другие. Развивающаяся сеть частных средств размещения составляет не только рыночную конкуренцию этим «гигантам», но и создает дополнительный сервис для туристов.

С другой стороны, на развитие городского туризма влияют такие элементы, как состояние дорог, транспорта, объектов питания, досуга и развлечения, система правопорядка, санитарный контроль, наличие обменных пунктов. «Если вечером туристам нечем заняться, так как нет ночных клубов, театра, дискотек, бильярдных, аттракционов и других развлечений, то не стоит удивляться, почему туристы не спешат посетить города, в которых достаточно древних памятников, вроде бы приманивающих на «экзотику» иностранцев, - отмечает эксперт Рустам Абдуллаев. – Несомненно, от уровня работы многих городских служб зависит желание туристов посетить города. Перебои с электроснабжением, плохое состояние канализации, перегрузка общественного транспорта, дотошный полицейский контроль на каждом углу не создает хорошего впечатления от подобного турпродукта».

В таблице № 2.23 дается анализ интереса иностранных и национальных туристов на городской турпродукт. Советская планировка и застройка городов Узбекистана – малопривлекательный имидж для создания визитной карточки городского туризма, но в то же время постройки последних лет, выполненные с европейскими и мировыми стандартами, привлекают внутренних туристов, в частности из сельских регионов. Стоило бы также заметить, что многие современные здания имеют ярковыраженный восточный характер (например, Ташкентский или областной хокимиаты, парламент, консерватория и др.), которые вызывают восхищение у западного посетителя. Было бы несправедливым не добавить, что и советская планировка порой служит притягательной силой для узкопрофессиональных посетителей. Так, автору приходилось сталкиваться с группой туристов из Германии, которая прибыла в Ташкент, чтобы изучить специфику советского градостроительства. Туристы посещали не столько исторические места, сколько рассматривали новую часть города, в частности, девяти- и четырехэтажные дома 70-80-х годов, «хрущевки» – 50-х, двухэтажные кирпичные здания – 40-х годов, а также административные сооружения. «Удивительно то, - заявил затем один из них, - что даже в эту серую планировку вам удалось внести восточный колорит: росписи на панельных стенах, резьбу и многое другое, выделяющее узбекские постройки, например, от российских». Интерес у туристов может вызвать и посещение в Ташкенте метрополитена – уникального архитектурного сооружения, станции которого – особый шедевр. Некоторые турфирмы, осуществляющие турне по городу, признались, что среди прочего включают поездку в метрополитене в часть программы.

Таблица № 2.23. Представляют ли интерес для иностранных и отечественных туристов объекты древних городов Узбекистана, мнения экспертов

	Самарканд	Бухара	Ташкент
Планировка новой части города (современные постройки)	1	0	2
Старая (историческая) часть города	3	3	1
Рынки, магазины, лавки	1	1	1
Памятники архитектуры, истории	3	3	1
Объекты досуга и развлечения	0	0	2
Заведения кустарно-ремесленного производства, народных промыслов и зодчества	2	2	1
Объекты культа и религии	3	3	2
Объекты археологических раскопок	2	2	0
Объекты городского транспорта	0	0	2

Примечание: 3 – высокий интерес, 2 – средний интерес, 1 – невысокий интерес, 0 – отсутствие какого-либо интереса.

Конечно, как и в любой другой деятельности туризм подвержен различным факторам риска. Вопросы безопасности, преступности, включая терроризм, и политические проблемы будут стоять на повестке дня многих государств и региональных туристских объединений. В таблице № 2.24 даются некоторые из факторов, влияющие на развитие туризма в городах Центральной Азии.

Таблица № 2.24. Факторы, создающие угрозу развитию городского туризма в Центральной Азии, мнения экспертов

Факторы	Ташкент	Алматы	Бишкек
Криминогенный уровень	1	2	1
Промышленное и автомобильное загрязнения	2	2	1
Работа городской инфраструктуры	2	3	2
Отсутствие объектов достопримечательности	2	2	2
Отсутствие объектов досуга и развлечения	3	2	3
Негативное отношение местных жителей к иностранным туристам	0	1	0
Полицейский контроль и безопасность туристов	2	3	1
Обмен валюты	3	0	0
Высокие цены на услуги для туристов	2	3	1

Примечание: 3 – серьезная проблема, 2 – проблема среднего уровня, 1 – проблема не столь серьезного уровня, 0 – отсутствие проблем.

Становится очевидным, что туризм как отрасль экономики с большим объемом наличности является притягательным для отмывания грязных денег через различные заведения, типа казино, совершения сделок с недвижимостью и приобретения предметов роскоши. Данная деятельность привлекает повышенное внимание городских правоохранительных органов, поскольку чаще всего такие операции проводятся в крупных городах многих стран.

Как было сказано выше, криминогенный фактор представляет угрозу для туризма, но для государств Центральной Азии – это проблема среднего и ниже уровня, тогда как отсутствие объектов досуга и развлечения заставляет призадумываться тех, кто хочет получить большие доходы от наплыва туристов. Отпугивают также туристов и сравнительно высокие цены на некоторые услуги, в частности, средств размещения или транспорта. В столицах трех государств отсутствуют объекты исторического значения, хотя посетителей можно привлекать и другими, например, современными сооружениями (Аквапарк и Ташкент-лэнд, ботанический сад, зоопарк, восточные рынки и прочее).

Городской туризм получает развитие во многих странах мира. Возьмем, к примеру, Таллинн – столицу Эстонии. Таллинн – это центр

городского отдыха, культурных мероприятий, делового и конгрессного туризма. Это, к тому же, важный порт на Балтике. В старой части города сохранилось множество средневековых площадей и улиц, торговых зданий, соборов, древняя аптека и ратуша. «Я бы не сказала, что Таллинн дешевый город, - заявила Силви Блжимовитч, генеральный директор Управления по туризму Эстонии. – Однако он предоставляет услуги хорошего качества и по доступной цене. Это касается и культурных центров, и ресторанов, и баров. В соборах ежедневно дают концерты, и билеты на лучшие места стоят не дороже билетов в оперу». Большинство инвестиций поступает из Финляндии и Швеции. Гостиничные цепи, в том числе Holiday Inn, собираются приобретать недвижимость в столице. Как отмечают эксперты, в настоящее время Таллинн не испытывает нехватки мест для размещения туристов в двух- и трехзвездных гостиницах[48].

В таблице № 2.25 приведены результаты исследования по самым популярным городам мира и США в 1998 году, проведенным авторитетным американским туристическим журналом Conde Nast Traveler[49] (ранжирование от 0 до 100), а также по Центральной Азии, проведенным Центром «Транс-Азия» в 2000 году (по пятибальной системе). Баллы начислялись по следующим параметрам: рестораны, развлечения, окружающая среда и окружение, культурное обогащение, дружелюбие.

Опрос, проведенный журналом Conde Nast Traveler, отличался от опроса, проведенного центром «Транс-Азия»: в первом случае респондентами выступали читатели, которые путешествуют по США и дальнему зарубежью, во втором – несколько центральноазиатских туроператоров, осуществляющих туры в города пяти бывших советских республик.

Так, согласно американскому изданию, Сидней и Сан-Франциско в течение четырех лет занимали лидирующее место за счет того, что они были первыми по трем параметрам. По очкам за рестораны Сан-Франциско (91,6) обогнал не только Новый Орлеан (87,8) и Нью-Йорк (86,7), но и Париж (83,1). По развлечениям вслед за Сан-Франциско (86,5) как всегда, идут Нью-Йорк, Новый Орлеан, Париж, Сидней и Рим. По мнению Conde Nast Traveler, те, кто не могут себя развлечь в этих городах, просто плохо стараются. По параметру «Окружающая среда и окружение» канадский город Виктория, имея 92,2 очка, стоит на втором месте после Сиднея. Однако по параметру «культурное обогащение» старушка Европа опережает всех: Флоренция – 94,1 балла, Рим – 93,9

[48] TTG Russia, 1998, № 9/56, с.27.
[49] TTG Russia. 1998, № 9/56, с.4.

балла, Париж – 93,2 и Лондон – 91,2 балла. «А если вы ищите в путешествиях дружелюбие народов других стран, то вам следует посетить Новую Зеландию», - отмечает журнал. По данному параметру первые два места занимают города Квинзтаун – 87,7 и Крайстчерч – 87,5. За ними следуют Чарльстон, Дублин, Чиангмай (Таиланд).

Таблица № 2.25. Популярные города мира и США в 1998 году и Центральной Азии в 2000 году

Лучшая двадцатка зарубежных городов мира		Лучшая десятка американских городов	
Города	**Баллы**	**Города**	**Баллы**
Сидней	82,8	Сан-Франциско	83,3
Рим	80,8	Новый Орлеан	73,8
Флоренция	78,9	Санта-Фе, штат Нью-Мексико	73,5
Париж	78,2	Чарльстон, штат Южная Каролина	72,5
Венеция	77,7	Бостон	72,1
Виктория, Канада, провинция Британская Колумбия	76,3	Нью-Йорк	70,7
Лондон	75,0	Сиэтл	69,4
Ванкувер	74,9	Сан-Антонио, штат Техас	67,5
Кейптаун	74,8	Чикаго	66,3
Мельбурн	72,9	Вашингтон	66,1
Киото	72,8	**Лучшие города Центральной Азии**	
Сан Мигель де Альенде, Мексика	71,8	Бухара	4,9
Зальцбург	71,6	Самарканд	4,7
Квинзтаун, Новая Зеландия	70,6	Алмагы	4,7
Вена	70,0	Хива	4,4
Прага	69,7	Термез	4,3
Сиена	69,7	Ташкент	4,2
Сингапур	69,3	Ашгабат	3,9
Квебек, провинция Квебек	68,7	Бишкек	3,8
Гонконг	68,1	Душанбе	3,1

Города Узбекистана оказались лидерами по показателям «окружающая среда», «культурное обогащение» и «дружелюбие», тогда как Казахстана, Кыргызстана и Туркменистана – по «ресторанам» и «развлечениям». Столица Таджикистана вызывает еще некоторое опасения у туроператоров из-за высокой криминогенной обстановки, зато приграничный с Узбекистаном таджикский город Педжикент является интересным с точки зрения археологического туризма – он получил 3,6 балла. Города Мары и Шахрисабз также имеют спрос у любителей исторического туризма – они получили по 3,8 балла в номинациях «окружающая среда», «Культурное обогащение».

Согласно данным газеты TTG Russia, в 1999 году самыми популярными для краткосрочных туров были города Париж, Амстердам,

Брюгге, Брюссель, Рим, Дублин, Венеция, Барселона, Мадрид, Лилль, тогда как самыми популярными странами/регионами – Франция, Нидерланды, Бельгия, Италия, Испания, Ирландия, США, Австрия, Скандинавия, Германия[50]. Согласно исследованиям Pacific Asia Travel Association, в XXI веке станет явной тенденция превращения небольших городов в новые туристские рынки и направления. «До сих пор основные туристские потоки исходили из крупных городов и направлялись в другие крупные центры, – пишут эксперты, – однако в мире существуют сотни районов и провинциальных столиц со значительным населением, которые желают поднять свою экономику за счет развития туризма. Все эти города надеются на то, что увеличивающиеся транспортные связи помогут им превратиться в центры въездного и выездного туризма»[51].

Хорошим примером развития городского туризма может служить литовская Паланга, которая зарабатывает только на туризме (городок с населением 17,7 тыс. человек принял летом 2003 года больше 1,5 млн. отдыхающих). Здесь примерно 300 предприятий общепита, около 150 гостиниц и других предприятий, представляющих туристам жилье разного уровня и плюс частный сектор. Опубликован каталог частных домов в Паланге, которые принимают туристов, создана организация "Гостеприимные хозяева". Но главное, подчеркнул мэр Пранас Жеймис, – ни государство, ни самоуправление не претендуют на деньги, которые заработали владельцы жилья, сдаваемого туристам. Для законной работы на этом поприще надо лишь получить в самоуправлении лицензию (цена – 20 литов, то есть меньше четырех латов), и сдавай сколько хочешь – количество комнат и мест не имеет значения.

Если даже дом практически уже переоборудован в гостиницу (показателем этого считается тот факт, что сам хозяин в доме уже не живет), то и тогда требуется только лицензия. Цена – 600 литов (чуть более 100 латов). Налоги по-прежнему платить не надо. Власти свое "равнодушие" к доходам населения объясняют разумно и просто: больше пользы от того, что привлекаются туристы, чем от погони за налоговой долей от доходов с этого. Впрочем, литовское государство щедро и к обычным гостиницам – в 2001 году НДС на гостиничные услуги снижен с 18 до 5%.

Каждая турфирма разрабатывает свой турпродукт, исходя из потенциальных возможностей местной инфраструктуры и наличия объектов достопримечательностей. Естественно, каждая из них включает свою «изюминку». У кого-то больший упор делается на историческую экскурсию для посетителей, у кого-то на восточную экзотику, например, посещение туристами бухарских бань или дегустация ими национальных блюд, третьи хотят показать (а туристы, естественно, увидеть) узбекские

[50] TTG Russia, 1999, № 9/67, с.10.
[51] TTG Russia, 1999, № 9/67, с.6.

национальные наряды и одежду, четвертые увлекаются поисками раритетов, пятые – старинным оружием, коврами и изделиями из ганча, металла, глины и т.д. Исходя из основной цели и создается турпродукт со специфическим названием. Например, города Чехии практикуют такие городские туры как «пивной путь». Дело в том, что эта страна славится своим пивом, которое лучше всего пробовать в старинных интерьерах многочисленных трактиров и пивных. Одновременно проводятся экскурсии на пивоварни с одновременной дегустацией пива.

Винные туры предлагают города Португалии. Например, местные туроператоры предлагают иностранным посетителям побывать в винных погребах и продегустировать знаменитые португальские вина, среди которых напиток, принесший стране всемирную известность еще в XVIII веке – портвейн «Винью ду Порто» – красное или белое вино с 20%-м содержанием алкоголя. Его и сотни других вин можно отведать в одном из множества винных погребов, расположенных вблизи Лиссабона. Экскурсионный тур по винному погребу занимает около двух часов и стоит до 4 долларов. За эти деньги туристы не только досконально познают все азы производства португальских вин, но и пробуют бокал идеального вина. Нужно добавить, что в Португалии существует Ассоциация винных туров, которая по существу является связующим звеном между винными погребами и туристами. Она объединяет винные погреба городов страны и помогает им продвигать свой продукт на туристском рынке.

Болонью – город Италии западные турфирмы рекламируют как «центр школяров», поскольку здесь расположен старейший в мире Университет. Вообще, Болонья завоевала прозвище «образованная», и это не зря, так как до сегодняшних дней толпы посетителей принимают музеи, библиотеки, театры, клубы, концертные залы и опера. Здесь проводятся летние фестивали, мероприятия альтернативной культуры. Туристы прибывали и по линии научных конференций, в частности, по теме «коммуникация», который был поручен Болонье, как одному из девяти европейских городов культуры 2000 года.

В последние годы в рамках городского туризма все большее значение уделяется религиозному фактору. Пропаганда и продвижение проекта «Вифлеем 2000» в честь празднования Рождества Христова стал мощным катализатором для прибытия паломников в города с крупными культовыми сооружениями. Подобные проекты сейчас существуют и в Индии, например, «Маршруты по буддийским храмам». С середины 90-х годов на внешних рынках успешно продается турпродукт под названием «По древним городам Великого шелкового пути», в котором кроме других азиатских городов задействованы узбекские - Бухара, Самарканд, Хива и Ташкент.

В нашей республике тоже турфирмы формируют «визитные карточки городов». В частности, бухарская туристская фирма «Ориент», в большей

степени ориентированная на историко-познавательную форму туризма, предлагает городскую программу для иностранных и отечественных путешественников, куда входит посещение таких объектов, как:

- «Бухара – город музей» - трехчасовая экскурсия по старому городу с посещением отдельных архитектурных памятников и ансамблей Бухары XIX-XX веков;
- «Ситора-и-Мохи-Хоса» – двухчасовая экскурсия с посещением летнего загородного дворца последних бухарских эмиров и музея декоративно-прикладного искусства Бухары XIX - начала XX веков;
- «Зиндан» - экскурсия с посещением средневековой тюрьмы (XVIII столетие) и осмотр экспозиции;
- «Древняя крепость «Арк» – часовая экскурсия с посещением древнего архитектурно-археологического памятника Бухары, главной резиденции бухарских эмиров и музея истории города;
- «Южные ночи» - пешая, ночная прогулка по средневековым старогородским улицам и площадям;
- «Фольк-шоу» – вечернее мероприятие (в летнее и осеннее время с ужином) с богатой фольклорной программой, включающей просмотр бухарских танцев и прослушивание музыки;
- «Чаепитие в доме бухарского купца XIX века» – дневное мероприятие с посещением архитектурного памятника и экспозиции мемориального дома-музея Файзуллы Ходжаева.

Как видно из этого, практически вся программа увязана с осмотром древностей города и одновременным получением других услуг (музыка, танцы, дегустация блюд, прогулка). Конечно, подавляющая часть вышеуказанных услуг предлагается для групповых посещений, но турагентства зачастую прорабатывают и индивидуальные программы. По некоторым расчетам, соотношение потребителей городского продукта иностранными гражданами (групповые и индивидуальные туристы) составляет 80:20. Между тем, индивидуальные программы чаще всего дороже, поскольку здесь учитываются «капризы» и вкусы посетителей и под них прорабатываются специальные программы.

В Узбекистане пользуются успехом и тематические виды туризма в рамках городов. Например, некоторые фирмы предлагают туры по мастерским, где вышиваются различного покроя женские одеяния, демонстрируются обычаи их ношения, рассказывается история появления того или иного наряда. Есть также туры по ремеслам, фольклору, музыке и танцам. Не менее популярными являются и гастрономические туры. Но, к сожалению, доля таких специализированных форм туризма не превышает 1% от общего объема. Зачастую эти туры являются составной частью более обширной программы городских посещений.

Сложилось предвзятое отношение, что туризм – это отрасль экономики, возглавляемой богатыми людьми для удовлетворения таких же богатых. Статистика свидетельствует, что доля высокообеспеченных туристов едва составляет 5% от общего числа визитеров. Подавляющая часть отправляющихся в путешествие – это люди со средним и ниже достатком, причем это касается как зарубежных, так и внутренних туристов. И поэтому туриндустрия ориентирована именно на этот слой населения. Другое дело, что в социальном отношении трудно объяснить, зачем в городе, где нищета составляет 60% и более, строится пятизвездочный отель, а зарплата сотрудницы этого учреждения едва дотягивает $20 в месяц. Видимо, здесь необходимо проводить более гибкую туристскую политику: строить более скромные гостиницы, привлекать местные ресурсы в туриндустрию, загружать заказами местные предприятия (продукты питания, оборудование, транспорт, одежда, гигиенические средства и многое другое), развивать предпринимательство.

В таблице № 2.26, составленной Всемирной туристской организацией, показано, как туристские расходы пронизывают экономику. Эксперты называют такой расклад «эффектом мультипликации». Любой город получает от туризма доход, который прямо пропорционален расходам туристов. Между тем, город иногда использует товары, произведенные в других городах или районах. Эта сумма автоматически отнимается из условно чистого дохода конкретного города. Эффект мультипликации состоит в том, что расходы туристов ведут к многочисленным доходам и расходам участников туриндустрии, а экономика города (данного региона) от этого приобретает устойчивое развитие.

Как бы там не было, но город является основным поглотителем дохода от туризма. Так, в частности, считает эксперт Барри Зат, по расчетам которого затраты в городах составляют до 70% и выше всех покупок иностранных туристов в стране. Поэтому изучение такой экономической выгоды является основным для развития городской инфраструктуры. По данным узбекских экспертов, в Узбекистане такая доля в среднем составляет около 1/2 (см. диаграмму № 10). Это связано с тем, что основные объекты достопримечательностей, досуга и развлечения, средства размещения и транспорта находятся в пределах городской черты. В последние годы растет интерес у зарубежных и отечественных туристов к покупкам в «скайшопе» -авиалайнерах, где предлагают ряд товаров, не облагаемых пошлиной и налогами. Зоны беспошлинной торговли обычно располагаются в аэропортах, железнодорожных вокзалах международного значения и других объектах транспорта, что делает привлекательным для тех визитеров, которые решились на расходы в самый последний момент своего пребывания в стране. Но эта доля пока незначительна – чуть более 6%.

Таблица № 2.26. Экономическая сегментация расходов туристов

Туристы расходуют на:	Второй круг расходов:	Конечные получатели экономической выгоды (неполный список)
- Размещение - Питание - Развлечения - Одежда - Подарки и сувениры - Предметы личного обихода, лекарства, косметика - Фотографии - Отдых туры, экскурсии, гиды, местный транспорт - Прочее	· Зарплата и оклады · Чаевые · Налоги, взимаемые с заработной платы · Комиссионные · Музыка и развлечения · Административные и общие расходы · Услуги профессионального характера · Покупка продуктов питания и напитков · Закупка товаров для перепродажи · Закупка материалов и сырья · Ремонт и техобслуживание · Платные объявления, продвижение и реклама · Коммунальные услуги · Транспорт · Лицензии · Страховые взносы · Аренда объектов и оборудования · Проценты и основные выплаты по заимствованным средствам · Подоходный и другие налоги · Замена основных фондов · Отчисления правительству	Бухгалтера, работники ремонтных мастерских, архитекторы, мастеровые и ремесленники, спортсмены, адвокаты, работники станций техобслуживания, пекари, банковские служащие, мясники, плотники, кассиры, работники благотворительных организаций, кинематографисты и распространители фильмов, чиновники, повара, организации культуры, молокозаводы, дантисты, владельцы магазинов, врачи, педагогический персонал, электрики, инженеры, фермеры, рыбаки, отправители грузов, изготовители мебели, садовники, бакалейщики, домохозяйки, прачечные, поставщики оргтехники, страховые агенты, полицейские, пожарники, художники, бензоколонки, сантехники, печатники и издатели, дорожники, транспортные рабочие, официанты, оптовые поставщики, владельцы, операторы и работники курортов, гостиниц, отелей, оборудование для отдыха, продажа/аренда, музыканты, швейные мастерские и многие другие.
Утечка финансовых средств: Когда частный или государственный сектор приобретает товары или услуги из источников за пределами города (региона), то эти деньги больше не включаются в эффект мультипликации, а город (регион) лишается экономической выгоды.		

В диаграмме № 11 оцениваются затраты времени туристов на потребление городского турпродукта. Более 1/3 части этого времени уходит на организованные экскурсии, чуть меньше – на время, выделенное для самостоятельной прогулки по городу. Покупки составляют среднюю часть затрачиваемого времени, тогда как на развлечение и посещение музеев, театров, учебу, спортивные мероприятия у туристов остается не столь много часов. Но все зависит от программы визита: если целью туристов является шопинг , то, естественно, большинство из них будет бегать по магазинам и торговым

рядам, если – культура и досуг – то в театры и дансинги, если познавательный – то время будет «убито» на экскурсиях. «Нельзя сваливать все яйца в одну корзину, - утверждает эксперт Алишер Таксанов, - то есть каждый тур должен иметь свою специализацию, а не быть суммой всевозможных программ. Другое дело, что в рамках городского «пэкиджа» предлагаются тематические экскурсии, которые прямо связаны со специализацией».

Диаграмма № 10. Осуществление покупок (затрат) товаров и услуг в территориальном разрезе

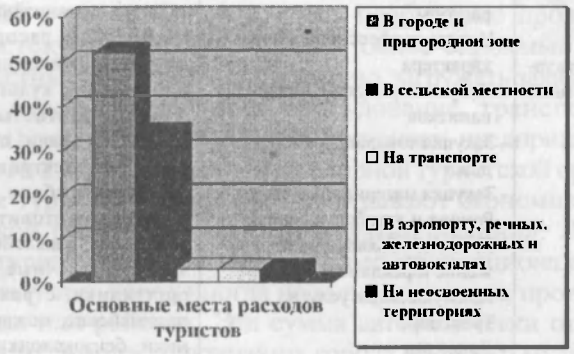
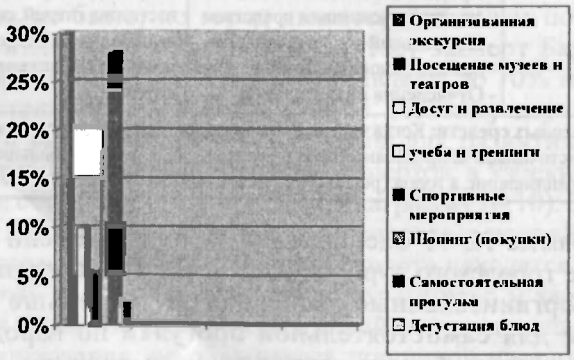


Диаграмма № 11. Среднестатистические затраты времени туристов на потребление городского турпродукта в Узбекистане



Нужно сказать, что сейчас в мире четко прослеживается тенденция расширения связи туризма с сопутствующими ему отраслями, такими как аграрный сектор, текстильная и ювелирная промышленность, розничная торговля, культура и искусство. Как пишут специалисты

Pacific Asia Travel Association, «возрастает понимание того, что продукт, проданный туристу, равнозначен продукту, отправленному на экспорт».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: город, инфраструктура, достопримечательности, программа, экзотика, услуги, маршруты, кварталы, дома, здания, покупки, история, культура, музеи, досуг, развлечения, гиды, экскурсии, торговля, покупки.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что такое городской туризм и какими отличительными характеристиками он обладает?
2. Какие продукты городского туризма предлагают туроператоры?
3. Каково влияние городского туризма на экономику?

2.6. РАЗВИТИЕ ПОПУЛЯРНЫХ ФОРМ ТУРИЗМА

Последнее время стремительно развиваются специализированные виды туризма, а также приключенческий туризм. Эта разновидность, как считают эксперты Всемирной туристской организации, отражает возрастающее дробление туристских рынков, появление новых мотиваций для путешествий. Под специализированными видами туризма имеются в виду поездки посетителей (обычно малыми группами), которые путешествуют с целью познания и знакомства с особыми характеристиками какого-либо региона. Эти цели зачастую связаны с долговременными любительскими или профессиональными интересами туристов.

Специализированные виды туризма могут относиться к широкому кругу интересов. Их разновидности в **области культуры** охватывают танцы, музыку, театр, изобразительное искусство, ремесла, архитектуру, археологию, историю и исторические маршруты, традиционные образы жизни и оригинальные виды экономической деятельности. **Природные разновидности** связаны с флорой и фауной, геологией, ландшафтными красотами, национальными парками и водными экосистемами. **Профессиональные интересы** связаны с поездками для знакомства с людьми аналогичных специальностей и для обмена идеями. Одним из специальных видов туризма являются **учебные туры**. Это как лингвистические (то есть изучение языка местности), так фольклорные, технические и гуманитарные курсы для студентов и специалистов. Зачастую сюда относятся коллективные виды деятельности, как, например, работа туристов под контролем профессионалов на археологических раскопках.

Приключенческий туризм охватывает виды занятий туристов, которые ставят перед ними непростые, а порой и опасные задачи в физическом и личном планах. Сюда относятся сафари и сложные пешие

переходы (треккинг) в удаленных районах, пешие походы, альпинизм, рафтинг на горных реках, пересечение пустынной и ледовой местности. Охоту и рыбалку также можно рассматривать в качестве разновидности специализированного и приключенческого туризма.

Таблица № 2.27. Потенциальные возможности и уровень развития отдельных видов туризма по регионам, мнения частных экспертов

Туры/ виды туризма	Центральная Азия	Ближний Восток	Европа	Северная Америка	Юго-Восточная Азия	Южная Америка
Фермерский	П-2, У-0	П-1, У-1	П-3, У-2	П-2, У-2	П-2, У-2	П-3, У-1
Сельский	П-3, У-0	П-2, У-1	П-3, У-3	П-2, У-1	П-3, У-1	П-3, У-1
Стационарный	П-1, У-1	П-1, У-0	П-2, У-1	П-1, У-0	П-1, У-1	П-1, У-1
Караванинг	П-2, У-0	П-3, У-1	П-3, У-3	П-3, У-3	П-3, У-1	П-3, У-1
Водный	П-1, У-0	П-3, У-2	П-3, У-3	П-3, У-3	П-3, У-2	П-3, У-1
Авиатуризм	П-0, У-0	П-1, У-1	П-2, У-1	П-2, У-1	П-1, У-1	П-1, У-1
Гей-туризм	П-0, У-0	П-0, У-0	П-3, У-2	П-2, У-2	П-2, У-1	П-1, У-1
Гастрономический	П-2, У-1	П-3, У-2	П-2, У-3	П-1, У-1	П-3, У-3	П-3, У-2
Карнавальный	П-0, У-0	П-0, У-0	П-2, У-2	П-1, У-1	П-3, У-2	П-3, У-3
Религиозный	П-2, У-1	П-3, У-3	П-2, У-2	П-0, У-0	П-3, У-3	П-0, У-0

Примечание: 3 – высокий уровень развития, **2** - средний уровень, **1** – низкий уровень, **0** – отсутствие условий для развития; **П** – потенциальные возможности, **У** – уровень использования этих возможностей.

Как видно из таблицы № 2.27, мнения экспертов однозначны в возможностях тех или иных регионов в развитии определенных форм туризма. Например, карнавалы – это историческая особенность проведения досуга и отдыха населения Европы, Южной и Центральной Америки, тогда как религиозный туризм сильно развит в Азии. Этнический туризм наиболее ярко проявляется в Африке, Юго-Восточной Азии, Южной Америке и на Ближнем Востоке. Наличие качественных шоссейных дорог позволяет развиваться автотуризму в Европе, но в то же время в азиатском и африканском направлении могут быть востребованы гонки (автопробеги) по бездорожью как составной части спортивного или приключенческого туризма.

К специализированным видам туризма относится такая его разновидность, которую некоторые эксперты попеременно называют альтернативным, ответственным, целесообразным и даже устойчивым туризмом. Эти формы являются мелкомасштабным нетрадиционным типом развития, включая следующие:

Деревенский (кишлачный) туризм, под которым понимается организация группы туристов, размещающихся в традиционных, зачастую удаленных деревнях, кишлаках и аулах или рядом с ними. Эти

посетители знакомятся с жизнью местного населения и местной средой, пользуются единой инфраструктурой, питаются местными продуктами. При этом жители деревни или аула сами строят подобные объекты размещения, сами ими владеют и управляют, естественно, при этом получая прямые и косвенные экономические выгоды от туристской деятельности, а также в результате расходов, которые совершают посетители. Нужно заметить, что успешное развитие деревенского туризма не требует больших капиталовложений, но нуждается в тщательной стратегии, что включает в себя как планирование и продвижение данного турпродукта на рынки. Конечно, местные жители, кроме того, должны пройти специальную подготовку не только в умении управлять подобными туристскими объектами, но и общении с представителями иной культуры, быть психологически готовым к разрешению имеющихся проблем. Важно, чтобы в каждой деревне, кишлаке или ауле поддерживался предельно допустимый уровень развития в целях недопущения возникновения экологических и социальных проблем. По мере необходимости новые туристские объекты могут строиться и в других удаленных сельских поселениях, но при этом необходима финансовая и техническая поддержка как со стороны местной администрации (которая может иметь косвенную выгоду в виде налогов и обеспечения занятости населения), так и коммерческих структур (которые могут иметь прямые выгоды от соучастия в туристском процессе).

По признанию некоторых узбекских турагентств, сельскохозяйственный туризм не является массовым видом для международного туризма Узбекистана. Лишь единицы из визитеров желают проживать в сельской местности. «Дело в том, что данный турпродукт еще не «раскручен», а значит, малоизвестен зарубежному потребителю, – отмечает эксперт Максуд Абдуллаев. – На Западе агротуризм признан как ведущий, и с каждым годом растет число желающих отдохнуть за пределами города в окружении самобытной сельской культуры».

Фермерский (дехканский) или, как его еще называют, агротуризм также связан с сельским хозяйством, но он не совсем тождественен деревенскому туризму. Это свой, особый, можно сказать, специфический вид туризма, при котором организуется проживание посетителей в семьях фермеров (в домах, на ферме, ранчо, плантации, бунгало, шалашах и т.п.) или в отдельном помещении для гостей. Туристы знакомятся с сельскохозяйственной деятельностью и они могут даже принимать в ней непосредственное участие – сборе урожая или ловле рыбы в рыбацких деревнях. Помимо этого некоторые фермеры организуют на своей территории кемпинги, а также разрешают ловить рыбу или охотиться в своих владениях. Используя ферму в качестве базы,

туристы ходят в походы по территории района, изучают быт и традиции сельчан. Как отмечают эксперты ВТО, организации вида туризма понадобиться техническая помощь как со стороны Национальной туристской администрации (в частности, в лицензировании деятельности), так и коммерческих операторов (в создании централизованной системы бронирования услуг в сельских районах, где развивается туризм).

В Узбекистане дехканский туризм имеет все шансы стать значительным, поскольку для этого существуют условия. С одной стороны, наша республика – аграрная и более 60% населения проживает в сельской местности. С другой, здесь насчитывается более 43,7 тыс. фермерских хозяйств, за которыми закреплены земельные участки в 889,7 тыс. га. Наибольшее количество фермерских хозяйств отмечено в Самаркандской области – 6,1 тыс. единиц и Джизакской области – 4,5 тыс. В то же время наибольший объем закрепленных участков приходится на Джизакскую область – 129,2 тыс. га, и Сырдарьинскую область – 101,0 тыс. га. Если же рассмотреть, сколько же приходится в среднем закрепленных участков на одно фермерское хозяйство, то лидерами становятся Сырдарьинская область – 36,5 га и Кашкадарьинская область – 29,8 га. Как видно из этого, база для развития фермерского туризма имеется. Конечно, необходимо пробивать такой турпродукт на региональные и мировой рынки, что является весьма сложным и дорогостоящим процессом. Но при умелом маркетинге и проведении целенаправленной рекламы это возможно сделать с меньшими затратами при достижении оптимального эффекта. Естественно, необходима также особая работа туроператоров с фермерами, подготавливать их к приему и обслуживанию гостей, уметь удовлетворять запросы, за которые посетители готовы платить в валюте. «Выгодность дехканского туризма состоит в том - отмечает эксперт Тамила Абдуллаева, - что здесь не требуется особого финансирования или кредитования. Ведь туристы готовы жить в том доме, где живет сам фермер. Значит, они уже заранее осведомлены о специфике проживания и вряд ли будут жаловаться, если в деревне не проведена канализация. Но наличие элементарных удобств, конечно, необходимо».

Пешеходные и велосипедные туры представляют интерес для тех, кто любит путешествовать «на своих двоих» с рюкзаком за плечами или на велосипедах, останавливаясь на ночь или отдых в придорожных гостиницах, общежитиях, частных домах или пансионатах, знакомясь с местным населением, его культурой и окружающей средой. Учитывая, что в Узбекистане протяженность автодорог – свыше 83 тыс. км (причем 86% из них с твердым покрытием), а численность проселочных и третьестепенных еще больше, то можно быть уверенным, что эта форма

туризма имеет шансы для развития. Другое дело, что еще мало придорожных отелей и кемпингов, где могли бы останавливаться посетители, хотя эту проблему можно решить сдачей в наем жилья частного сектора.

Программа оказания помощи местным сообществам – это гуманитарный вид туризма пользуется успехом в Африке, Латинской Америке и в некоторых регионах Азии. Суть заключается в том, что небольшие группы туристов (врачи, инженеры, ирригаторы, ветеринары и другие специальности), зачастую являющиеся членами общественных организаций в своих странах, посещают какой-то район и оказывают местному населению помощь в осуществлении определенного проекта развития, как например, строительство недорого жилья, монтаж деревенской системы водоснабжения, организация медицинского ухода за больными и др.

В начале 90-х годов Узбекистан заполонили те или иные группы, которые решали вопросы гуманитарного характера. В большинстве своем, правда, это были миссионеры и представители религиозных сект, а также неквалифицированные сотрудники различных миссий. Более целенаправленную форму помощи играют специализированные учреждения, в частности, японская «Джайка» или Международный корпус мира, Корпус добровольных экспертов и другие.

В мире имеются и другие формы туризма, которые получают динамичное развитие в тех или иных регионах, где для этого созданы благоприятные (экономические, технические, социальные и даже политические условия). К ним, в частности, относятся:

Туризм на водном транспорте имеет также глубокие исторические корни и популярен до сих пор. Он имеет перспективы для развития во многих районах, где есть интересные места по берегам рек, каналов и озер, а также в океанических и морских прибрежных зонах и на островах. Как отмечают эксперты преимущества водного туризма: размещение и ряд других видов обслуживания предоставляются на борту судна, то отпадает потребность в крупных наземных объектах туристской инфраструктуры. Конечно, между тем для этого типа путешествия необходимо наличие береговых сооружений – причалов, доков, оборудованны бухт и смежные объекты и услуги, в частности, для крупных круизных судов. Не менее важным является и эффективная организация наземного экскурсионного обслуживания.

Выгоды для крупных и малых городов и деревень от такого вида туризма могут быть получены путем снабжения продуктами питания небольших яхт, судов и даже круизных кораблей, розничной торговли, включая изделия народных промыслов и беспошлинные товары, работы ресторанов и других объектов инфраструктуры. Для организации

морских экскурсий на небольших судах и яхтах местные предприятия могут сдавать их в аренду. В связи с минимальными затратами на возведение наземных объектов инфраструктуры, туризм, основанный на водном транспорте, может стать популярным в неосвоенных и труднодоступных районах, а также обеспечить доходы и рабочие места в удаленных прибрежных городках и деревнях.

Рассмотрим международные данные по водному туризму. Так, в исследовании Pacific Asia Travel Association, говорится, что «круизы и морской туризм получат дальнейшее развитие во всем мире, в том числе в тех регионах, где они раньше не были особенно популярны, например, в Азии». По мнению экспертов, «проведение времени на воде (на море, реке или канале) способствуют избавлению людей от стрессов»[52]. Согласно подсчетам шведской статистической компании ShipPax Information, число круизных пассажиров в мире в 2000 году перевалило за 12 млн. чел., превысив показатель 1999-го (тогда этот показатель составлял 10,6 млн. чел.) на 12,6%. Нужно заметить, что еще в 1997 году туристов этой категории насчитывалось всего 8,3 млн. Директор ShipPax Information Клас Брогрен в своих комментариях отметил, что приведенные цифры дают основание считать круизную индустрию наиболее быстро развивающимся сектором турбизнеса. «Наша компания производит очень точные расчеты, анализируя развитие мирового рынка круизов, – сказал он. – Этим мы отличаемся от базирующейся в США Cruise Lines International Association (CLIA), которая производит аналитические исследования, базируясь исключительно на цифрах, предоставленных ей членами данного объединения. ShipPax дает информацию в полном объеме, не учитывая только короткие прогулки по воде».

Если рассматривать круизный туризм по сегментам, то можно увидеть, что среди путешественников 61% или около 7 млн. составили жители Северной Америки, 22% - граждане европейских стран и 17% - из различных регионов мира. Эти данные ShipPax Information близки к расчетам CLIA, согласно которым число круизных пассажиров с северо-американского континента увеличилось на 16,8% и почти достигло 6,9 млн. В то же время исследования ShipPax показали, что наиболее популярными направлениями водных вояжей в 2000 году стали акватории США и Карибского бассейна. Именно здесь совершали путешествия 58% круизных туристов из Северной Америки, 21% - из Европы и 17% - из Азии. Вместимость круизного флота в 2000 году возросла на 10,1% и составила 255,1 тыс. мест в каютах. Четыре основных туроператора - Carnival, Royal Caribbean, P&O Princess и Star Cruises - вместе со своими филиалами владеют в настоящее время 81% рынка новых мест на круизных судах[53].

[52] TTG Russia, 1999, № 9/67, с.6.

[53] http://www.ttg-russia.ru/june01_worldcruises.html.

Конечно, в Узбекистане круизный туризм не имеет серьезной основы, так как республика не имеет открытых морей, а Аральское море представляет собой объект экологического бедствия. С другой стороны, наличие разветвленной речной системы (Амударья, Сырдарья) позволяет развиваться речному туризму. В настоящее время путешествие на байдарках, легких лодках и плотах осуществляется местными жителями чаще всего для хозяйственных нужд и внутренними туристами с целью отдыха, в то время как иностранные визитеры изредка используют этот вид туризма. «Речной туризм иногда совмещается с другими формами активного отдыха, – так считает Олим Гулямов, директор туристской фирмы «Ориент». – Например, с экологическим, или охотой и рыбалкой. То есть идет совмещение интересов в одном турпродукте».

В последние годы у узбекистанцев возрос интерес к туризму на озерах. Учитывая наличие в стране озер и водохранилищ, можно рассчитывать на привлечение внутренних и иностранных туристов. Естественно, в этом отношении требуется хорошая маркетинговая стратегия и определенные инвестиции, в частности, для создания соответствующей туристской инфраструктуры (средства и объекты размещения, досуга, питания и транспорта).

Авиатуризм пользуется спросом там, где развита аэродромная инфраструктура, и по мнению экспертов, это узкоспециализированный сегмент рынка туризма. Чаще всего туристам предоставляется «аэрохотель» – самолет, в котором имеются условия для кратковременного проживания. В то же время это отличный вид транспорта для пересечения огромных расстояний от одного пункта до другого. Фактически, путешественники могут в течение 5-7 дней, проживая в аэробусе, совершать визиты в различные страны, познавая местные достопримечательности. Единственное отличие – это высокая стоимость услуг подобного тура, что делает его доступным для ограниченного числа лиц. Но в Европе и США функционируют фирмы, которые специализируются именно на этом виде деятельности.

В Узбекистане, как, впрочем, и во всем центральноазиатском регионе, пока данная форма туризма не существует, и, как считают местные туроператоры, нет потенциальных возможностей развивать в ближайший период.

Дачный (стационарный) туризм подразумевает внегородское жилищное строительство различных типов домов и обустройство соответствующих коммунальных объектов для проживания в периоды отпусков или после ухода на пенсию. Как отмечают эксперты ВТО, «речь идет о возведении вторых домов, используемых для проведения отпусков, а также домов, покупаемых или арендуемых пенсионерами, приезжающими из других мест. Этот вид туризма развивается в районах,

привлекательных с экологической и климатической точек зрения». В то же время он может приносить экономическую выгоду местным жителям, которые иногда продают дачникам или отпускникам продукты, или получают доходы от сдачи в аренду своих участков. Дополнительные доходы порой весьма необходимы местному сообществу для поддержания в хорошем состоянии собственность, а также расположенную в районе инфраструктуру и объекты. Нужно заметить, что стационарный туризм иногда создает определенные проблемы, включая перегрузку местной инфраструктуры в связи со строительством новых объектов (энерго- и водоснабжение, канализация, дороги, санитарный и пожарный контроль и т.д.). Эксперты также считают, что возможна утрата местным сообществом своей самобытности, а неадекватные методы строительства зачастую ведут к экологическим проблемам, отчуждению земель от природоохранных зон.

Поэтому для успешного развития дачного туризма необходимо поддерживать соответствующие объемы строительства, приемлемые для местного населения, тщательно планировать и проектировать новые жилые зоны, а также обеспечивать достаточную инфраструктуру для этих новостроек. В Узбекистане дачный туризм является не только формой отдыха, но и хозяйственной деятельности. Около миллиона человек являются владельцами дачных участков. Фактически, это личные подсобные хозяйства, которые горожане используют для удовлетворения потребностей в продуктах питания. В то же время на дачах трудящиеся и пенсионеры проводят отпускные и выходные дни, что позволяет утверждать, что эта форма туризма в республике имеет более серьезную основу.

Кемпинг и караванинг – организация кемпингов, обычно неподалеку от популярной достопримечательности или рекреационного объекта, а также стоянки для автофургонов или рекреационных автотранспортных средств (иначе именуемых как караванинг), расположенные рядом с шоссейными дорогами или достопримечательностями. Местные жители могут получать выгоду от предоставления в аренду таких площадок или трейлеров, а также благодаря продаже туристам необходимых промышленных и продовольственных товаров и ремесленных изделий. Естественно, для организации подобных форм туризма необходимо подыскивать соответствующие места, а планировка должна идеально вписываться в привлекательные окрестности и, конечно, быть обеспеченной соответствующей инфраструктурой.

Туризм, ориентированный на транспорт, это, прежде всего, гостиницы и другие туристские объекты и услуги для транзитных пассажиров, расположенные рядом с крупными транспортными узлами,

особенно аэропортами и железнодорожными станциями. Связанные с аэропортами, туристские объекты в настоящее время предоставляют конгрессные сооружения для деловых путешественников. С путешествиями по автодорогам связано строительство придорожных мотелей, в частности, на окраинах городов и на пересечениях важнейших шоссейных трасс.

Железнодорожный туризм – путешествие в спальном вагоне на дальние или короткие расстояния. Он популярен как в Европе, так и в Азии. Возраст его поклонников колеблется от 12 до 65 лет и выше, практически охватывает все социальные слои. В Германии и во Франции созданы высокоскоростные поезда, на которых туристы в сжатые сроки пересекают огромные расстояния и успевают увидеть различные города и территории. Есть и другая категория посетителей, которые предпочитают обычные составы, чтобы в более спокойном ритме осматривать местные достопримечательности, а затем не спеша следовать к другим.

В Узбекистане уже действует такая туристская программа. В частности, ГАЖК «Узбекистон темир йуллари» предлагает отечественным и иностранным туристам путешествия по городам республики в специальных туристских вагонах, построенных по заказу компании в Германии. Общая длина железнодорожных сетей – около 7 тыс. км, что говорит о потенциальной возможности развития вагонного туризма.

Молодежный туризм – это путешествия молодых людей в возрасте до 35-ти лет, чаще всего школьников, студентов и аспирантов, с познавательными, спортивными и рекреационными целями. Это уже давно установившаяся форма туризма, которая активно стимулируется в развитых и даже развивающихся странах. Молодежный туризм характеризуется тем, что для него не требуется строительство комфортабельных гостиниц и оказания дорогостоящих услуг. Молодежь чаще всего пользуется неприхотливыми средствами размещения (общежития, частные квартиры, палатки, бунгало и даже шалаши). Но для развития молодежного туризма необходима особая организация перевозок и разработка маршрутов, которые представляют специфический интерес для людей этой группы возраста.

Молодежный туризм имеет в основном в нашей республике внутреннее и сезонное значение, то есть, скажем, дети и подростки летом отдыхают в загородных лагерях и туристских базах, имеющих как ведомственную, так и общественную принадлежность. Студенты и аспиранты имеют возможность отдыхать в институтских базах отдыха, а также в палаточных городках. Например, зона Чарвакского водохранилища является рекреационной территорией, в которой не

менее 50% потребителей являются молодые люди. Особой популярностью пользуется зона «Чимган», где проводятся летние фестивали музыки.

О том, что эту форму туризма необходимо поддерживать и развивать свидетельствует то, что в Узбекистане свыше 50% населения – это дети до 18 лет. Большая часть из них – это потенциальные потребители турпродукта.

Геронтологический туризм представляет собой оказание услуг для пожилых людей, чаще всего пенсионеров, которые располагают значительным свободным временем, а доходы позволяют им приобретать турпродукты. В Европе, в частности, во Франции и Германии, а также в Японии существуют специальные программы для людей старше 60-ти лет, в которых предлагаются интересные и в то же время не сжатые по времени познавательные поездки в дальние и ближние регионы и проживание в специальных отелях («элдерхостел» - общежития для пожилых лиц).

Учитывая, что в экономически развитых странах пенсионеры имеют доход, которого хватает не только на проживание, но и на получение услуг туризма, то многие турфирмы ориентируются на этот сегмент рынка.

К сожалению, уровень доходов узбекистанских пенсионеров не столь значителен, чтобы можно было говорить о международном выездном туризме для них, но в то же время эти лица являются основными потребителями услуг санаториев, домов отдыха, лечебно-курортных учреждений, расположенных на территории Узбекистана. Большая часть из них получает такие услуги по социальной линии, например, за счет профсоюзов или махаллинских комитетов. Видимо, здесь государству необходимо проводить целенаправленную политику в сфере поддержки туризма для пожилых лиц.

Розовый туризм – так называют предоставление туристских услуг представителям сексменьшинств. Как отмечает эксперт Кира Генрих, «многие туроператоры во всем мире рассматривают туры для геев и лесбиянок как одну из самых перспективных ниш на рынке, хотя есть и такие, которые стараются не связываться с подобными клиентами»[54]. В турбизнесе даже появился такой термин – «розовый доллар», под которым подразумевают деньги, полученные в оплату за туры для подобных туристов. Между тем, согласно исследованию, проведенному Международной туристской ассоциацией геев и лесбиянок (LGLTA), 10% от общего числа путешественников США составляют именно представители нетрадиционной сексуальной ориентации.

[54] TTG Russia, 2000, № 9, с.42.

Таблица № 2.28. Самые популярные направления для путешествий представителей сексменьшинств, по данным LGLTA

Туры на близкие расстояния	Туры на дальние расстояния	Города
Гран-Канария	Австралия	Барселона
Сиджес	США	Амстердам
Ибица	Таиланд	Париж
Миконос	-	Прага

Специалисты отмечают, что «розовые» туры должны отличаться от общих, стандартных программ, которые обычно предлагаются всем желающим путешествовать. Западные клиенты часто приобретают дорогие туры, но в среднем по миру цена на специализированные туры для сексменьшинств не является высокой. Туристы осуществляют визиты как на исключительно «голубые» курорты в Ибицу или Миконос, так и в более экзотические направления, как, например, Катманду (см. таблицу № 2.28). В то же время, как отмечает газета TTG Russia, «агентству, предоставляющему в путешествие представителей сексменьшинств, необходимо знать об отношении к гомосексуализму в конкретной стране, существующие уголовные преследования в отношении этих лиц, наличие у геев и лесбиянок гражданских прав, уровень гомофобии и т.д.» Так, если на Карибах, Виргинских островах (США) и в Пуэрто-Рико гей-туризм процветает и число курортов для сторонников однополой любви растет, то на Ямайке и Барбадосе последних вряд ли встретят дружелюбно. Гонконг и Таиланд также открыт для сексменьшинств, в то время как в Малайзию, Объединенные Арабские Эмираты или Иран им ехать не стоит из-за суровых мусульманских традиций в этих странах.

Что касается нашей республики, то данное направление не получило развитие как у западных, так и отечественных визитеров. Ни одна из турфирм, которые пришлось опрашивать, не признали, что готовили подобные турмаршруты для геев или лесбиянок. «В нашем государстве существует уголовная статья за гомосексуальные контакты, поэтому ни о каком гей-туризме и речи быть не может», - так ответил один из менеджеров ташкентской турфирмы.

Свадебный туризм – тоже новое и в то же время уже ставшее популярным направление отдыха и путешествия. Как пишет газета TTG Russia, «за рубежом туристские компании предлагают не столько свадебные путешествия, сколько регистрацию брака во время путешествия». Эксперты уточняют, что это связано с высокой стоимостью проведения свадьбы в большинстве европейских стран (от

10 до 20 тыс. долларов), в то время как церемония брака и последующий банкет во время путешествия в других странах обойдется в 700-800 долларов. Но и этих расходов можно избежать, если, например, в поездку молодожены отправятся в сопровождении 8 и более друзей – тогда иностранные турфирмы свадебный пакет предоставляют бесплатно. Другая особенность свадебных туров за рубежом состоит в том, что поездка делится на две части: первая – непосредственно регистрация брака – происходит в одном месте, в медовый месяц – в другом.

Для узбекских турфирм это пока что малоосвоенный рынок. Дело в том, что регистрация брака в других государствах не имеет юридической силы в нашей стране. Для этого необходимо провести ряд процедур по легализации документов. Между тем, есть другая разновидность – это проведение медового месяца на популярных курортах в Таиланде, Испании, Греции. «Среди наших клиентов есть и молодожены, которые получили в подарок от родителей или родственников тур в какую-нибудь зарубежную страну, - признался один из менеджеров АО «Узинтур». – Мы стремимся создать для них специальные программы».

Религиозный (духовный) туризм – это путешествия паломников в места религиозного поклонения и духовного очищения, как, например, хадж в Мекку, посещение Ватикана в Риме, Варанаси в Индии, Стены плача в Иерусалиме. С ростом религиозного влияния и открытия границ, эта форма путешествия становится наиболее активной и популярной. Конечно, существует определенная специфика в предоставлении размещения и других объектов для паломников, однако, в других своих испостасях эти путешественники, как и все другие, также являются источником дополнительных доходов для местного населения.

Например, в 2000 году Израиль ощутил многомиллионный наплыв туристов. Святая земля привлекла рекордное число христианских паломников и туристов, которые, помимо солнца и моря, нашли волнующее соприкосновение с историей. Между тем, израильские и палестинские власти испытывали определенные проблемы, скажем, с обеспечением свободного доступа паломников в святые места Иерусалима, на Виа Долороза, в храм Гроба Господня или в церковь Рождества в Вифлееме. Не меньше наплыва туристов было и в Иерихоне и в расположенном неподалеку от этого города месте крещения Иисуса Христа в реке Иордан, в Назарете, где Иисус жил, и в окрестностях Галилейского моря, где он проповедовал. Специалисты разработали специальные программы, которые помогли администрации на местах рассредоточить наплыв паломников и по другим святым христианским местам, таким как монастырь Святого Георгия, расположенный в живописнейшем уголке вади Кельт, Дир Хаджла – монастырь в

окрестностях Иерихона или развалины византийских церквей в Маале-Адумим и в районе Мишор-Адумим.

Нужно отметить, что для этого было создано семь совместных израильско-палестинских комиссий, которые решали вопросы безопасности, работу пограничных пунктов, транспорта, гостиниц, информационных и туристских агентств, торговых точек и т.д. По мнению эксперта Шломо Дрора, те, кто не успел побывать на Святой земле в 2000 году, постараются восполнить упущенное в последующие годы. То есть, правительство рассчитывает на дальнейший приток паломников и туристов.

Как известно, Узбекистан располагает значительным потенциалом для развития религиозного туризма, в частности по исламской линии. Стоит вспомнить, что здесь покоятся мощи тех людей, которых официальная религия причислила к лику святых: Бахаутдин Накшбанди, Имам Аль-Бухарий, Аль-Фаргоний, Аль-Термезий и многие другие. В таких древних городах как Бухара и Самарканд расположены десятки памятников культа и поклонения, в частности, гробница Саманидов, Гур Эмир – усыпальница Амира Темура и др. «Подавляющая часть туристов, которая прибывает в Самарканд из исламских государств, например, Юго-Восточной Азии или Ближнего Востока - это паломники, - отмечает эксперт Сергей Данилов. – В мусульманском мире высоко чтут наших теологов и религиозных мыслителей, поэтому правоверные мусульмане специально прибывают в Узбекистан, чтобы поклониться святым мощам». По его убеждению, необходимо специально создавать религиозный продукт, чтобы предотвратить неконтролируемое и хаотичное прибытие и пребывание в стране пилигримов. «Можно быть уверенным, что они принесут и значительные финансовые средства, которые будут ими расходованы в Узбекистане для удовлетворения личных потребностей», - замечает эксперт.

Этнический туризм – под ним понимаются посещение людьми своей родины или мест происхождения их предков. Некоторые страны поощряют лиц, в свое время эмигрировавших за границу, посетить свою родину, что представляет собой важный сегмент рынка туризма. В Узбекистане такая форма находит использование среди лиц, которые в свое время проживали в Узбекистане, а затем уехали (вернулись) в другие страны, в частности, Грецию, Израиль, Польшу, а также СНГ. По данным таможенной статистики, около 3/ 4 всех прибывших в Узбекистан являются жителями государств Содружества, причем большая часть из них приезжала к родственникам, друзьям, проживающим в республике.

Ностальгический туризм – посещение визитерами мест, где они когда-то проживали или принимали участие в каких-то событиях. Примером ностальгического туризма могут служить поездки ветеранов

войны в места, где проходили сражения, чтобы вспомнить события тех лет. Если в дальнем зарубежье этот вид путешествия популярен и динамично развивается, то в на пространстве СНГ финансовые средства (а также иногда визовой, полицейский режим) порой являются серьезным препятствием для этого.

Гастрономический туризм не имеет узких региональных делений. Фактически любая страна или народ имеет возможность предложить туристам изысканные лакомства. «Не обязательно потребителями такого туризма должны быть исключительно гурманы, - отмечает Тамила Абдуллаева. —Те или иные специфические блюда можно предложить любой группе визитеров, правда, предварительно необходимо предупредить о тех или иных свойствах кушанья, чтобы избежать проблем». Как отмечают эксперты, не менее 2/3 туристов стремятся во время поездок в незнакомые страны испробовать местные деликатесы, и лишь незначительная часть остается приверженцем привычной пищи.

Несомненно, нашей стране есть, что предложить иностранным туристам, благо восточная кухня пользуется спросом как у посетителей из СНГ, так и дальнего зарубежья. «В нашей программе всегда заложены предложения по ознакомлению гостей с национальными блюдами, - отмечает руководитель турагентства «Ориент» Олим Гулямов. – И пока что отказов ни разу не поступало. Все всегда оставались довольными, более того, записывали рецепты, чтобы у себя дома воспроизвести деликатесы».

Винный туризм популярен в Европе и Латинской Америке, в меньшей степени – в Северной Америке, Африке и Юго-Восточной Азии, хотя туристы из последних регионов могут совершать специальные поездки в страны, где производятся вина. В исламских странах он практически отсутствует из-за определенных правил к спиртному. Центральная Азия располагает значительными виноградными плантациями, фруктово-плодовыми садами, а также предприятиями, производящими высококачественные вина и спиртные напитки. Только в Узбекистане изготовляется свыше сотни различных сортов вин, некоторые из которых экспортируют на Запад. Сутью этого туризма является не только дегустация напитков и приобретение нескольких бутылок в качестве сувениров, но и изучение всего технологического процесса его производства – начиная от выращивания винограда до уборки и доставки на заводы. Существующие экскурсии особенно популярны у испанцев, французов, немцев.

Праздничный туризм – также популярный вид отдыха, который привлекает любителей экзотики и досуга в различные страны мира, где эта форма туризма является традиционной и устойчивой. Например, в Латинской Америке очень популярны карнавалы, которые собирают

миллионы туристов. В Европе также проводятся маскарады, балы, привлекающие визитеров из многих стран. Популярны сейчас и новогодние туры в северные страны, скажем, такие как Финляндия, Скандинавия, Аляска, Канада, Россия. В Центральной Азии праздник весны – Навруз также может стать специфическим для иностранных посетителей, благо этот праздник уже известен в мире и к нему проявляют интерес не только специалисты по Востоку, но и рядовые туристы.

Как можно видеть, многие из этих форм туризма, связанные со специальными интересами и осмотром достопримечательностей, в значительной степени зависят от природных и культурных ресурсов соответствующего туристского региона.

Маркетинг. Проведенные опросы среди иностранных туристов показали, что только 1% готовы совершить еще одну поездку по Узбекистану. В то же время 70% опрошенных туристов заявили, что изучение достопримечательностей, исторических памятников и объектов монументальной архитектуры вызвали у них живой интерес, а 65% были довольны проведенной экскурсией и услугами гида-переводчика.

Из узбекских городов наибольший интерес вызвала Бухара (35% опрошенных), Самарканд (22%), Хива (20%), Нукус и Термез (9%), Ташкент (4%) и другие (10%). Из культурного досуга 45% туристов посчитали интересным фольклорную музыку и танцы, демонстрацию национальной одежды и обрядов (ритуалов), 34% - национальную кулинарию, 26% - кустарные ремесла и сувенирное производство.

Нужно отметить, что многие туристы до приезда в Узбекистан не имели полного представления об этой стране. После совершения тура 79% посчитали необходимым по приезду на родину поднять и изучить материалы об Узбекистане и больше узнать о его народе, культуре, традициях, экономике. Результатом такого путешествия стало то, что 12% респондентов заявили, что намерены налаживать деловые контакты с предпринимателями Узбекистана.

Такой высокий уровень интереса к республике отмечается не только широким спектром предлагаемых экскурсий и памятников старины и культуры, но и высоким сервисом обслуживания. Не зря же 81,8% иностранных туристов получили полное удовлетворение от оказанных услуг и увиденных достопримечательностей, 15,1% - что частично удовлетворены, 1,9% выразили полное неудовлетворение и 1,2% сказали, что не знают.

Интересны другие данные по исследованию туризма. В 2003 году в Милане состоялась выставка "Третий возраст в туризме", посвященная "серебряным" клиентам. На ней выявилось, что итальянцы в возрасте старше 60 лет - жизнедеятельные, динамичные и большие любители

путешествий. Это знак эпохи: в Италии 12 млн человек, перешагнувших 60-летний рубеж, в то время как молодых людей в возрасте от 18 по 29 лет - лишь 9,2 млн. Но это и новая тенденция, проявившаяся на туристическом рынке.

Число пожилых туристов постоянно растет. В Европе они составляют 33% путешествующих, ежегодно совершают 300 млн поездок и расходуют на эти цели 13,5 млрд евро. В 38% организованных европейских туров принимают участие итальянцы.

"В наши дни пожилые люди чувствуют себя лучше, чем раньше, – говорит доцент миланского института проблем туризма Роберто Лаварини. - Они сегодня немного богаче, их привлекают культурные ценности. Все это делает их самыми лучшими потребителями и в сфере туризма".

Лучшими потребителями - да, но и самыми требовательными клиентами. Люди пенсионного возраста очень внимательно изучают рекламные проспекты, не пропускают примечания, сделанные в контрактах по организации путешествия, со знанием дела отыскивают предложения, гарантирующие самый высокий уровень обслуживания, и высказывают свои замечания.

Согласно данным исследования, проведенного Ermeneia-50&Piu Fenacom в 2000 году, из тысячи опрошенных в возрасте от 55 до 80 лет 88,9% хотели бы, чтобы пакет туристических услуг был больше адаптирован к потребностям пожилых людей, но против того, чтобы его разрабатывали специально для них. 72,2% хотели бы заранее предупредить о своем меню, а 71,9% - заранее знать, с кем им предстоит путешествовать.

Генеральный директор Ассоциации туроператоров Альберто Корти говорит, что "туристический сегмент представителей третьего возраста становится все более интересным". Стоит отметить, что к 2020 году эта часть населения Италии увеличится на 20%. Туристические фирмы организуют для этого контингента туры со скидками от 5 до 20%, с особыми каталогами и специальными маршрутами.

Паломничество к святым местам? Доисторическая эпоха. Путешественник "определенного возраста" хочет ехать куда угодно, лишь бы была гарантирована безопасность. Пожилые люди предпочитают организованные поездки и круизы с пакетом услуг "all inclusive". Некоторое удивление вызывает продолжительность поездок. Данные исследований, проведенных в Милане в 2001 году среди представителей среднего класса в возрасте от 65 до 75 лет, свидетельствуют о том, что 80% опрошенных хотя бы раз в прошедшем году совершали поездки продолжительностью, в среднем, 27 дней. Самыми продолжительными оказались каникулы, длившиеся шесть месяцев.

Технологии. В связи с активным использованием глобальной сети Интернет уже претерпевают изменения способы планирования и бронирования поездок. Если раньше какая-либо фирма, занимающаяся туристским направлением в Юго-Восточную Азию или на Ближний Восток, в качестве рекламы довольствовалась объявлением в туристском справочнике, то сейчас, вложив небольшие средства, она выставляет свой сайт и занимается напрямую рекламой своего турпродукта и бронированием тура. По мнению экспертов Pacific Asia Travel Association, «основной функцией турагентств в начале XXI века станет распределение, и их заработки напрямую будут зависеть от производительности. Авиакомпании, за которыми вскоре последуют гостиницы, уже объявили о многоканальной стратегии распределения своего продукта через Интернет, посредством прямых продаж, компьютерных банков данных часто летающих пассажиров и прочее». В Европе уже утвердилась туристская фирма Microsoft Expedia, работающая в режиме on-line, через которую уже сейчас проходит около двух миллионов бронирований в месяц.

Интересны данные по использованию Интернета для бронирования туров, проведенных специализированным ресурсом «Путешествия и туризм»[55]. Так, на вопрос «Где лучше выбрать путевку?» 36,8% респондентов ответили – на сайте онлайнового турмагазина, а 63,2% – на сайте туристической фирмы. Отвечая на вопрос: «Что, по Вашему мнению, может стимулировать продажа туруслуг по Интернету?», 27,8% указали, что совершенствование системы бронирования и оплаты по Интернету, 38,9% - создание более информативных турсайтов, 13,9% - повышение доверия к турфирмам, 19,4% - рост платежеспособности населения.

«Какова Ваша цель посещения туристических сайтов?» – таков был очередной вопрос, и вот как на него ответили: только профессиональные интересы – 46,6%; бронирование туристических услуг – 12%; получение адреса, заинтересовавшего турагентства – 26,7%; отдых в виде web-серфинга – 14,7%. «Считаете ли Вы, что использование Интернет-технологий в турбизнесе экономически выгодно турфирмам и повышает качество обслуживания клиентов?», на что согласились 87,5%, отрицательно высказались 12,5%.

Таким образом, комбинация растущего спроса на короткие поездки и возможность заниматься маркетингом и прямым бронированием посредством Интернета, по всей вероятности, преобразит структуру новых туристских въездных рынков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: винный туризм, гастрономия, свадьба, «розовый доллар», морской круиз, сафари, религия, культ, ностальгия,

[55] http://www.intercult.ru/travel/index.html.

маркетинг, Интернет, бронирование, исследования, опрос, активный и пассивный туризм, экология.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какие виды туризма являются популярными в мире и в Узбекистане?
2. Какие требования туристы предъявляют услугам и продуктам?
3. Каково влияние маркетинга и технологий на развитие тризма?

2.7. ПОТЕНЦИАЛ МЕСТНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Безусловно, внутренний туризм приносит поступления в национальной и иностранной валюте. Между тем, в структуре внутреннего туризма особое и порой самое главное значение имеет **местный туризм – путешествия граждан по территории своей страны.**

В СССР на одного иностранного туриста приходилось 10 местных, то есть шло соотношение 1:10, причем 90% внутреннего туризма создавалось в сферах, связанных со спортом, культурой, здравоохранением и просвещением. Доля туристско-экскурсионных услуг была незначительной. Но если в тот период статистика велась, то сегодня в Узбекистане нет такого учета и нет исследований, связанных с мотивацией, предпочтением туристов, их миграцией по регионам страны, за рубеж. Специалисты пришли к выводу, что соответствующий маркетинг практически не ведется ни на каком уровне – ни в ведомствах, прямо или косвенно связанных с туризмом, ни на турфирмах, которые больше заняты текущей работой, чем анализом ситуации на рынке туруслуг[56]. Из-за этого невозможно не только определить стратегию развития туристской отрасли, но и прогнозировать развитие рынка, его емкости, а также выявлять негативные и позитивные тенденции. Например, в американской авиакомпании "Дельта-Аэрлайнс" маркетингу туризма уделяется самое важное значение, поскольку более 60% ее клиентов – это туристы. К сожалению, в узбекских линиях глубоких исследований в этой сфере не проводится.

Между тем, ***местный туризм – это самая устойчивая форма, которая не зависит от внешнеполитических и внешнеэкономических условий*** (хотя остальные формы имеют такую зависимость). Единственный фактор, имеющий важное значение для местного туризма, это уровень доходов населения и особенно ее часть, предназначенная на отдых и путешествие: чем меньше средств, тем меньше спроса на услуги.

[56] Здесь и далее материалы семинара "Внутренний туризм Узбекистана", организованного Ташкентским государственным экономическим университетом в мае 2004 года. В нем приняло участие 67 экспертов в области гостиничного и туристического сервиса, ученые и преподаватели

Во-вторых, местный туризм – это воспитание всех поколений, познание природы, истории и культуры своего края, бережное отношение к достоянию страны, потомков – к традициям предков.

В-третьих, местный туризм – это возрождение забытых ремесел, местных форм бизнеса и предпринимательства, народных промыслов. Безусловно, коммерциализация этого сектора не должна приводить к ухудшению качества товаров и услуг, как, к сожалению, порой имеет место в Узбекистане.

В-четвертых, местный туризм – это сбалансированное развитие всех отраслей местной экономики, особенно, сельского хозяйства, транспорта, сферы услуг.

В-пятых, местный туризм способствует привлечению незанятого населения, обеспечивает стабильный доход и порой выступает альтернативой в хозяйственной деятельности в тех сферах, которые наносят ущерб природе (например, экстенсивному животноводству и растениеводству).

Для развития сбалансированности узбекского туризма участники семинара указали наличие трех важных условий:

- прежде всего, экономических (валюта, занятость, доход, налоги, кредит);
- политические (стабильность общества, демократия, законы, судебная независимость);
- экологические условия, которые не приносят доход, но являются необходимыми для страны;
- социокультурные (традиции, ремесла, религия).

К сожалению, эти условия функционируют без взаимоувязки друг с другом, что приводит к общему дисбалансу туризма.

Сдерживающим фактором выступает способность инфраструктуры удовлетворить потребности туристов не только в средствах размещения, питания, транспортных перевозках и наличия индустрии развлечения и досуга, но и качество предлагаемого в них сервиса. Несомненно, для местного туризма главным элементом являются объекты достопримечательности, составляющие основу мотивации туризма.

Эксперты привели также другие факторы сдерживания для местного туризма в Узбекистане:

- отсутствие координации между участниками туристского процесса, что приводит к несбалансированности потребления услуг по сезону, по территории, в загрузке туристских мощностей;
- высокие цены при меньших объемах клиентов. В развитых странах вводятся низкие цены гостиничных услуг, зато доход получается от "вала" – увеличивающимся числе постояльцев;
- измерять туристские прибытия нужно не в числе туристов, а в человеко-днях, ибо лучше обслужить 100 туристов, купивших тур на 7 дней, чем 500 туристов – на один.

Специалисты отметили, что в настоящее время в Узбекистане наблюдается обратная тенденция: на десять иностранных приходится один местный турист. Между тем, в США более 70% всех туристов составляют местные жители, которые предпочитают отдыхать внутри страны. Учитывая, какая необходимая инфраструктура для этого создана и какие стандарты обслуживания выдерживаются, нетрудно понять, почему американцы проявляют патриотизм. Из этого объема более 20% - это бизнес и конференц-туры, не менее 1/2 – путешествия с целью отдыха, релаксации, остальная часть – познавательные, оздоровительные туры и покупки.

В то же время местный туризм обладает значительным потенциалом. Эта форма может стать притягательной силой для многих отечественных и зарубежных путешественников, если, конечно, для этого создать необходимые условия и провести соответствующую работу. Идеальное соотношение для Узбекистана – это, когда на 1 въездного иностранного туриста приходится 1 выездной национальный и пять местных туристов, то есть 1:1:5.

Чтобы добиться роста внутреннего туризма эксперты предложили предпринять следующие шаги:

- вести подготовку квалифицированных кадров для всех секторов туристской экономики – гостиничного, ресторанного, досуга и рекреации, экскурсий и пр.;
- вводить мировые стандарты обслуживания на всех уровнях – от турфирмы до гостиницы, от посольства – до пограничной службы;
- сервис должен соответствовать заявляемому уровню, независимо от степени коммерциализации или ведомственной принадлежности.

В последнем случае на семинаре были рассмотрены различия по секторам, где сервис должен быть единым для всех:

- **коммерческий сектор** – это отели, общественное питание, транспорт и пр., независимо от форм собственности, которые ставят своей целью получение коммерческой выгоды:
- **некоммерческий сектор** – общежития, больницы, даже тюрьма, в которых нет коммерческой выгоды, но стандарты обслуживания должны выполняться.

В процессе уяснения этого момента, эксперты пришли к выводу, что необходимо готовить кадры, знающие стандарты. В настоящее время курсы по подготовке официантов, горничных и администраторов не подразумевают обучение по мировым стандартам, что в итоге не способствует к привлечению иностранных и отечественных туристов в эти объекты. Между тем, было бы вполне логичным вносить в мировые стандарты свои национальные особенности, что сделало бы услуги более привлекательными. Например, существуют восточные традиции чаепития

(в Японии это целая церемония, которая привлекает туристов). Не менее важным является обучение самих жителей этикету, например, пользования столовыми приборами, культурой общения и поведения на различных мероприятиях (встречах, конференциях, приемах). "Этот процесс требует создания специальных обучающих программ для студентов, специализирующихся в туризме", - отметила эксперт Дарья Ли.

Каждая гостиница, каждый ресторан должен иметь свою "изюминку", чтобы туристы пользовались их услугами. И дело не только в ведении технологических новшеств (скоростные лифты, видеоконференции, аквариумы, зеркальные стены и пр.), сколько в специфике обслуживания. Здесь стоит чаще обращаться к национальным традициям, специфике общения.

Местный туризм эксперты подразделяют на организованный (с привлечением турпредприятий, предоставляющих услуги) и неорганизованный (стихийный, самостоятельный), и их совместили в нескольких сегментах.

Организованный туризм:

- туризм выходного дня (week-end) – выезд жителей на два-три дня в горы, на озера, равнины и даже пустыни, в зависимости от предпочтений к природному ландшафту;
- экскурсионное обслуживание населения, рассчитанное на один день;
- многодневный отдых на турбазах, санаториях;

Неорганизованный туризм:

- пикник на природе, когда возможен конфликт с местным населением, администрацией, службами, имеется угроза нанесения ущерба окружающей среде;
- шоп-туры - поездки ради покупок, которые бывают стихийными и приводят к неравномерной загрузке гостиничных мощностей, транспорта, магазинов и мастерских.

Несомненно, шоп-туры являются весьма важным сегментом туризма и требуют такой же организации и планирования, как любой другой. Этот вид приносит значительные доходы в местную экономику и стимулирует производство ремесел, народных промыслов, а также других товаров народного потребления. Пикники, или как их еще называют Узбекистане, казан-туризм лучше развивать в организованном порядке, когда туристы прибывают в специально отведенные территории, получают услуги, в том числе по безопасности. Маршруты при этом сертифицируются, сервис предоставляется в рамках стандартов, а население принимает участие в этом процессе, что благоприятно сказывается в их материальных поступлениях, налогах в местных бюджет. Более того, сглаживаются социокультурные

противоречия, идет взаимообогащение культур, совместная охрана и рациональное пользование природных ресурсов.

И в то же время эксперты констатировали, что менее 10% всех турфирм, занимающихся организацией туров, уделяют особое внимание местному туризму. В этой связи жители самостоятельно решают этот вопрос, но при этом трудно подсчитать ущерб, который наносится природе. По мнению экспертов, на 1 организованного туриста приходится как минимум 5 неорганизованных.

Вполне возможно, это связано с тем, что во многих гостиницах, предназначенных для обслуживания туристов, не делают различий для местных и иностранных граждан. То есть цены порой одинаково высоки, но если нерезиденты имеют возможность оплатить гостиничные услуги, то резидентам номер стоимостью от $50 в сутки порой не по карману. Но даже если и оплачиваются такие суммы, то это не означает, что туристы получат сервис на уровне этих цен – таково было общее мнение экспертов.

Среди туристов одного дня (экскурсанты) подавляющая часть приходится на городских жителей, которые выезжают в другие города, на природу. Городские жители также составляют основную массу отдыхающих на турбазах Узбекистана. Сельские жители в основном передвигаются по республике в неорганизованной форме, чаще всего в соседние села или города на праздники и традиционные мероприятия, в организованном виде – по специальным турам (зоопарк, цирк, Ташкент-лэнд, паломничество к объектам культа).

По мнению экспертов, в организованном туризме одного дня (экскурсантов) существует соотношение между сельскими и городскими жителями как 1:5 и более.

Таблица № 2.29. Доля визитов по пунктам назначения среди путешественников (в целом жители) и туристов (экскурсанты), мнения экспертов, %

Направление движения	Путешественники (жители)	Туристы (экскурсанты)
Из города – в город	25	40
Из села – в город	50	15
Из села – в село	10	10
Из города – в село	15	35

В таблице № 2.29 эксперты рассмотрели потоки путешественников и туристов по регионам Узбекистана. Отмечена тенденция, что не менее 1/2 сельских жителей в неорганизованном порядке посещают города, тогда как более 1/ 3 городских туристов – села.

Таблица № 2.30. Виды путешествий в Узбекистане в рамках местного туризма, мнения экспертов, %

Виды (иногда – мотивы) путешествии	Доля, %
Историко-познавательный (археологический, этнографический, краеведческий, памятники)	10
Природоведческий, в том числе экологический	10
Искусствоведческий (ремесла, промыслы, кустарное производство)	5
Посещение родственников, семейные торжества (свадьбы) и пр.	30
Служебные командировки, бизнес, конференции, краткосрочная учеба	10
Спортивный	15
Духовный (религиозного значения, в том числе паломничество)	15
Оздоровительный, рекреационный	5

Таблица № 2.30 позволяет, по мнению участников семинара, определить предпочтения узбекских путешественников в видах туризма. Безусловно, посещение родственников, частные цели превалируют над другими мотивами путешествий.

Таблица № 2.31. Использование транспорта в Узбекистане местными путешественниками, мнение участников семинара

Вид транспорта	Доля, %
Автобусный, вместимостью свыше 15 человек	50
Железная дорога	30
Автомобильный, включая вместимостью до 15 человек, а также мотоциклы	10
Авиация	7
Речной, включая катера, лодки, катамараны	>1
Гужевой	>1
Пешком, велосипед	>1

Как видно из таблицы № 2.31, для местного туризма основное значение имеют сухопутные средства передвижения, в частности, автотранспорт, на который приходится около 2/3 всех поездок. Эксперты объясняют это тем, что автотранспорт - наиболее мобильный, всепогодный и меньше всего связан с расписанием, а значит, потерей времени. Свидетельством того, что авиация меньше всего востребована путешественниками, является уменьшение рейсов на внутренних линиях национальной авиакомпании "Узбекистон хаво йуллари", причинами которого является снижение пассажиропотока, приостановка эксплуатации самолетов типа ЯК-40 и отмена около ряда рейсов, а также невозможность конкурировать с тарифами наземного транспорта на местных направлениях.

Таблица № 2.32. Использование туристами и путешественниками Узбекистана сектора размещения, мнения экспертов, %

Средства размещения	Туристы (организованные посетители)	Путешественники (неорганизованные посетители
Гостиницы класса от 1 до 3 звезды*	45	10
Частные отели (гостевые дома, караван-сараи)	10	15
Кемпинги	10	2
Палатки, юрты, караванинг**	5	3
Турбазы, санатории	30	10
Частный сектор (квартиры, дома), не имеющих лицензии на обслуживание туристов	-	60

Примечание: *участники семинара не делали различий, является ли гостиница ведомственной или муниципальной., **под караванингом понимается туристские автоприцепы.

Если посмотреть на таблицу № 2.32, то можно заметить разницу в использовании средств размещения организованными и неорганизованными посетителями. Так, в общем объеме использования средств размещения туристами на гостиницы бюджетного класса и турбазы приходится почти 3/4 части, тогда как путешественники предпочитают частный сектор – на них приходится почти 2/3 загрузки.

Эксперты предложили создавать и реализовывать следующие национальные турпродукты, представляющие интерес:

во-первых, продукты, связанные с встречей и проведением народных традиций и обычаев, например, Навруза – восточного праздника, обладающего спецификой в условиях Узбекистана. Следует отметить, что в Голландии существует праздник тюльпанов, на который съезжаются туристы практически со всех частей света;

во-вторых, праздники овощей и фруктов (Ковун-саиль, праздник винограда, День лепешки и пр.), в США альтернативным является День тыквы;

в-третьих, каждый регион Узбекистана имеет свою специфику, которая может стать "изюминкой" для внутреннего туриста. Безусловно, необходима активная реклама этого турпродукта.

По мнению экспертов, внутренний туризм станет в будущем одним из важных направлений туристской экономики Узбекистана. В ближайшие годы его объем возрастет в 3-4 раза.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: внутренний туризм, местный туризм, жители, нерезиденты, гостиницы, посещения, достопримечательности, сервис, памятники, здравницы, регистрация, политика, Шелковый путь, автотранспорт, инфраструктура.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что такое местный туризм и какие факторы влияют на его развитие?
2. Каково состояние местного туризма в Узбекистане?

2.8. "ДУХОВНЫЙ ТУРИЗМ" В УЗБЕКИСТАНЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

"...С первых лет нашей свободы мы поставили себе цель превратить мавзолей Имама Аль-Бухари в прекрасный комплекс, достойный славы этого благородного человека, дающий мусульманам, пришедшим на поклонение этому святому месту, духовно-нравственную силу... Я верю, что этот величественный комплекс превратится не просто в место поклонения, но и прославляющее на весь мир наш прекрасный Узбекистан святое, дорогое каждому человеку место, где будут размышлять о жизни и вечности, воспитывать молодое поколение в духе благодеяний", – произнес Президент Республики Узбекистан Ислам Каримов в своем выступлении в Самарканде на церемонии открытия памятного комплекса Имама Аль-Бухари в октябре 1998 года.

Этими словами глава узбекского государства отметил огромное духовное и культурное наследие великого мыслителя Имама Аль-Бухари, 1225-летие которого широко отмечено не только среди общественности мусульманских стран, но и ученых и просветителей европейских и других государств. В былые времена имя и наследие "султана хадисов" и нашего соотечественника в странах мусульманского мира было более известно, чем в Узбекистане. И не случайно, ведь труды ученого и, в особенности, сборник самых достоверных хадисов "Ал-Жомьи ас-Сахих", принесли этому известнейшему мухаддису поистине всемирное признание.

И вот теперь в Узбекистане по инициативе руководства страны, совместно с исламскими общественными организациями проведена существенная реконструкция, превратившая мемориальный комплекс в уникальное место паломничества и духовно-нравственного просветительства. Именно это, а также рекомендации духовного главы мусульман Узбекистана, для правоверных перед хаджем в Мекку, совершать поклонение хазрату (святому) Имаму Аль-Бухари , дает серьезный импульс развитию религиозного национального туризма

Подобные изменения в духовной сфере, наряду с реформированием общего процесса социально-экономического развития независимого Узбекистана, в том числе и в вопросах туризма, позволяют вовлекать доселе неиспользованные потенциальные возможности по-своему

уникального, национального турпродукта "узбекского пэкиджа". Между тем, в целях корректировки применяемых понятий культурно-познавательного туризма и, в частности, с религиозной мотивацией, предлагается использование определения - ***"духовный туризм"***.

По мнению экспертов, это новое понятие отражает не физиологическую, а, прежде всего *"духовную рекреацию"* и может также использоваться в практике исследований внутреннего туризма, представляющего значительный потенциал для развития этой отрасли в республике.

Последнее обстоятельство приобретает особое значение в вопросах восстановления и сохранения культурного и исторического наследия Узбекистана, являющегося одной из составных частей устойчивого развития туризма в республике, а также формирования и укрепления национальной идеологии и единства.

Изучение показало, что на территории Узбекистана и, в частности, Самаркандской области, находится бодее 100 памятников и исторических мест, связанных с развитием и распространением различных конфессий - ислам, христианство (православие и католицизм), иудаизм, буддизм, зороастризм, – а это серьезная основа для развития духовного туризма.

Во многих странах, которым "посчастливилось" обладать уникальными святыми местами, объектами поклонения и культа и иными религиозными и архитектурными памятниками, религиозный туризм составляет значительную часть всех туристских поступлений.

Достаточно хорошо известны основные центры исламской и христианской религий, такие как Саудовская Аравия и Израиль. Последний, кстати, сказать, в связи с наступлением 3 тысячелетия (от Рождества Христова!), становится самым посещаемым: ожидается, что к 2000 году, судя по прогнозам, прибудет свыше 10 млн. туристов.

Религиозные авторитеты различных конфессий в туристических зонах демонстрирует свой интерес к особой социальной и духовной роли туризма. В связи с этим в Риме в ноябре 1990 года была подписана декларация IV Мирового пасторального конгресса по туризму. В ней было провозглашено, что туризм должен дать начало международному эффективному культурному обмену, в котором каждая группа людей сможет жить своей собственной культурой, обогащая себя позитивными элементами духовных ценностей других культурных образований и сообществ. На этой и других международных встречах обсуждался вопрос о значении свободного времени для духовного и религиозного образования.

Во всех индустриальных обществах отмечается продолжение религиозной деятельности людей и в период отпусков. Верующие туристы, например, отмечают Пасху и Рождество в том месте, где они

проводят отпуск. Отпускные периоды представляют людям больше свободного времени для удовлетворения духовных потребностей и философских размышлений о нравственных и культурных ценностях.

С другой стороны, религиозные верования заставляют туристов отправляться в качестве паломников в места, тесно связанные с их верой и необходимостью отправления религиозных обрядов (необходимым условием для всех мусульман является хотя бы один раз в жизни посетить Мекку.)

Паломничество, как считают эксперты, является одной из наиболее древних форм путешествий и имеет духовное начало, тесно связанное общими корнями с коллективным времяпрепровождением

Таким образом, паломничество есть путешествие к святому месту. В переводе с латинского "паломник" означает странствующий богомолец. И в то же время тот, кто путешествует по определенному маршруту и собирается найти и посетить святое место, где, согласно преданиям и легендам, было видение или явление (Лурд, Фатима), или находится могила святого (Сантьяго-де Компостела - святой апостол Сантьяго в Испании, Сузы в Иране); связанное с какой-нибудь религиозной традицией (Монтсеррат, Ковадонга, Гваделупа); или место, где находятся мировые центры религии (Иерусалим, Рим, Мекка и др.).

С 1960 года среди религиозных различных авторитетов продолжаются дискуссии по вопросам социальной и духовной роли туризма, причем расхождение во взглядах по этому вопросу увеличиваются.

В декларации одной из встреч католической церкви, проходившей в Женеве в 1967 году, туризм было решено считать завоеванием человека, "которое отстраняет, отвлекает его от тягот обыденной жизни, дегуманизированной работы, и переносит его в расслабляющую среду и более естественные условия, где можно вести диалог с самим собой".

С этой точки зрения туризм создает благоприятные условия для объединения семьи, социального роста, человеческой солидарности и восстановления человека как личности. Эти отпускные периоды способствуют общению людей, сокращению классовой и расовой разобщенности, исчезновению существующих предрассудков.

"Туризм может не только превратиться в орудие мира", как это провозгласили ООН и ВТО в 1967 году, объявив его Годом туризма под девизом "Туризм - пропуск Мира", но также символ братства народов и орудие вселенской встречи и диалога, которое позволяет осуществлять эффективное общение между представителями различных религий и конфессий, атеистами и людьми, проявляющими к различным аспектам вероисповедания просто познавательный интерес.

Таким образом, туризм способствует развитию духовных ценностей и должен быть учтен как рекреационный фактор восстановления не

только в вопросах физиологии, но и развития личности и человеческого достоинства. Человек вновь подтверждает свою жизненную потребность в свободе и движении и устанавливает межличностные отношения в состоянии собственного покоя, большего доверия и наиболее полной возможности вести диалог.

Определимся сразу: туризм – это не просто развлечение и отдых, предназначенные лишь для того, чтобы прервать однообразный ход жизни и работы. Это фактор того, чтобы прервать однообразный ход жизни и работы, а также символ единения, солидарности людей, человека и окружающего его мира. Со своей стороны ВТО в декларации, подписанной в Маниле, также определила социально-духовную роль туризма, в статье 21, где отмечается, что "в туристической практике духовные элементы должны превалировать над техническими и материальными". Эти духовные элементы в основном следующие:

- безграничная экспансия человеческой личности;
- вклад в образование;
- равенство народов;
- раскрепощение человека как личности, возвышение его достоинства;
- признание уникальности каждой культуры и бережного отношение к духовному наследию народов.

С учетом того, что из многих стран Ближнего Востока и Азии преобладают туристические поездки с чисто религиозными мотивами (посещение и поклонение исламским святыням), можно отнести эти показатели к категории "туристы" и использовать для приблизительной оценки потенциального рынка для развития "духовного туризма" в Узбекистане. Так, согласно таможенной статистики, в 2002 году из стран, поставляющих в основном туристов по религиозным мотивам, в Узбекистан прибывали туристы с целью посещения святых мест, в том числе Объединенных Арабских Эмиратов 7,9 тыс. (по линии познавательного туризма) и 1,2 тыс. человек (по частным приглашениям), Малайзии – соответственно, 1,8 тыс. и 853, Саудовской Аравии - 1,1 тыс. и 876, Турции - 8,5 тыс. и 5,8 тыс., Бахрейна - 3,5 тыс. и 587 человек.

В свою очередь в хадж и с целью поклонения святым мощам в эти страны направилось значительное количество узбекских пилигримов, в частности, в ОЭА – 7,1 тыс. (с познавательным туризмом) и 1,8 тыс. (по частным визам) человек, Малайзию, соответственно, – 1,9 тыс. и 798, Саудовскую Аравию – 7,0 тыс. и 420, Турцию –7,6 тыс. и 6,2 тыс., Бахрейн – 3,3 тыс. и 726 человек.

Выборочные данные по обслуживанию узбекских туристов, выезжавших за рубеж в исламские страны[57], показывают, что 64,8%

[57] По данным НК "Узбектуризм".

составляют люди в возрасте от 25 до 44 лет, а 21,1% - от 45 до 64 лет. То есть это тот "серебряный" и "золотой" возраст, когда начинается поиск духовных начал и совершаются религиозные омовения.

Нужно заметить, что в древние времена, когда еще не существовало современных транспортных средств и коммуникаций, местные жители совершали паломничество (хадж) к могиле Кусама ибн-Аббаса (по некоторым источникам он был двоюродным братом пророка Мухаммеда[58]), захороненного в некрополе - комплексе мавзолеев Шахи-Зинда. Как считает крупный востоковед-историк Н.Б.Немцева, в то время паломничество к могиле Кусама заменяло хадж в Мекку. И поэтому по своему значению религиозные объекты Узбекистана, хотя и являются вторичными по значению[59], однако несут не меньшую нагрузку в смысле духовного очищения.

Данное обстоятельство в сочетании значительного объема религиозных и связанных с религией памятников и святых мест только в Самарканде (стоит вспомнить Мазар Ходжи Данияра - святого Даниила, мечеть Хазрат-Хызра[60] и т.д.), дает огромные возможности для развития духовного туризма и, в том числе, направленного на местных жителей и мусульман Центральноазиатского региона. В этих целях интересным может явиться программа чартерных рейсов, организованных туристическими фирмами по линии религиозного туризма по маршруту Самарканд-Фергана. Паломники могут поклоняться могилам и изучать работы как имама Аль-Бухари в Самарканде, так и Аль-Фаргони в Фергане. И это только пример по Самарканду, а ведь еще не менее значительна для духовного туризма Бухара, в которой сохранилось более 140 памятников архитектуры. Особенно много здесь захоронений святых. Например, в парке, где расположен мавзолей Исмаила Самани, стоит на открытой площадке ансамбль мавзолея Чашма-Аюб. Не менее величественны усыпальница Мири-Араб, мечеть Масджиди-Калян и др.

Наличие большого числа исторических и святых памятников позволяет судить, что духовный туризм наравне с другими формами путешествий имеет потенциал для своего развития. А это, в свою очередь, поднятие имиджа страны, поступление валютных средств и обеспечение занятости местного населения Узбекистана.

Так, согласно социологическим опросам, проведенным в Самарканде в начале 1998 года[61], 10% опрошенных туристов отметили, что основная их цель приезда является не просто культурно-познавательный туризм,

[58] Дорогами Великого шелкового пути. Часть 2, Ташкент, Шарк, 1996, с.95.

[59] Первичными считаются центры, где зарождались религиозные верования – Иерусалим, Мекка и др

[60] По данным арабского автора Абу Хафс Наджмеддина, эта мечеть считалась местом нахождения мусульманских знамен.

[61] По материалам магистерской диссертации Сергея Данилова, Ташкент, 1998.

а познание религиозной сути. Таким образом, из общего числа прибывших в 1997 году иностранных туристов более 25,0 тыс. путешественников двигал религиозный мотив, в том числе желание поклониться святым местам и святым мощам.

Более того, 34% опрошенных интересовал не только сам город Самарканд, но и его религиозные объекты – мечети, усыпальницы, гробницы, духовные учреждения. 23% желали в экскурсии побольше узнать об истории региона, в том числе связанной с духовно-конфессиональной тематикой.

Учитывая, что из таких стран ОАЭ, Бахрейн, Малайзия, Турция, Иран, Пакистан, где религиозная сфера является частью государственной идеологии, ежегодно прибывает до 60 тыс. посетителей, то можно считать (на базе социологических опросов), что 2/3 из них прибывают для выполнения религиозных обрядов. Кроме того, остальная часть, выполняя служебные функции (деловая миссия, командировки) также стараются поклониться святым местам Узбекистана в рамках своей поездки.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: культ, религия, духовность, мировоззрение, мечети, памятники поклонения, культура, древность, ислам, христианство, возвышенность духа.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что называется «духовным» туризмом?
2. Какие условия в Узбекистане имеются для развтия религиозного туризма?
3. Как история, культура взаимосвязана с формированием религиозного туризма?

2.9. ТУРИСТСКИЕ ПРОЕКТЫ В УЗБЕКИСТАНЕ

«ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО ХОРЕЗМА». В настоящее время рядом международных организаций и туристических агентств разрабатывается программа развития индустрии гостеприимства в Хорезмской области и Каракалпакстане под брендом «Золотое кольцо Хорезма».

Культурно-исторический потенциал регионов. На территории Хорезмской области и Каракалпакстана расположено значительное количество природных, исторических и архитектурных памятников, представляющих интерес для любителей этнографического и экологического туризма. Только в регионе Хорезма зарегистрировано 300 памятников, свидетельствующих о жизни людей тысячи лет назад. Кроме того, именно здесь проходили караванные тропы, именуемые как Великий шелковый путь, и это обстоятельство стимулировало возникновение различных объектов культуры и культа.

В последние годы туристский потенциал укрепился появлением новых объектов, в их числе музей имени Савицкого в Нукусе, где представлены уникальные произведения узбекского, русского и советского авангардизма. Не ослабевает внимание к проблеме Арала со стороны туроператоров, организующих в рамках экологических туров маршруты к кладбищу кораблей. Таблица № 2.33 дает представление о некоторых таких центрах туристического притяжения.

Таблица № 2.33. Объекты, представляющие интерес для туристов

Название	Описание
Миздахан (Гяур-кала Ходжейлинская)	Археологически-архитектурный комплекс, IV до н.э. – XIV век н.э. Площадь – 200 га.
Кладбище кораблей	Остатки ржавых рыболовецких кораблей, приписанных ранее к порту г.Муйнака. Символ хищнического отношения человека к природе.
Аяз-кала	Крепость эпохи Кушанской империи. Площадь – 9 тыс. кв. м.
Гулдурсун-кала	Крепость, IV-III века до н.э. – XII-XIII века н.э., расположен в 20 км к востоку от г.Беруни.
Куйкиркилган-кала	Крепость в Элликалинском районе, построена в IV-III веках до н.э. в традициях древнего Хорезма
Жамбас-кала	Крепость IV века до н.э. – I века н.э.

Экономика туризма и инфраструктура. Нельзя сказать, что туристическая инфрастуктура Хорезмской области и Каракалпакстана соответствует потенциальным возможностям этого региона. Безусловно, это связано с многими факторами, в числе которых незначительные инвестиционные ресурсы, наличие проблем с водой и медицинским обеспечением, экологическая катастрофа Приаралья, низкий уровень жизни, отсутствие развитых транспортных коммуникаций и приложение труда.

Сейчас в столице Каракалпакстана – Нукусе функционируют три гостиницы. Так, частная «Нукус» способна обслужить 90 постояльцев и располагает рестораном на 100 посадочных мест. Отель «Тошкент» имеет 32 одноместных и 128 двухместных номеров, а всего здесь могут разместиться 288 туристов. Как отмечают эксперты, данное заведение эксплуатируется не в полную меру из-за плохого состояния здания. Третья гостиница «Дербент» при Нукусской нефтебазе имеет 19 мест, однако здесь нет ресторана.

По мнению экспертов, эти три туристических предприятия по техническому состоянию не отвечают современным требованиям, и сервис здесь не отличается приемлемым уровнем. И все-таки до ноября 2004 года было обслужено 1,2 тыс. иностранных туристов, посетивших Каракалпакстан. С апреля по ноябрь около исторического памятника

Аяз-кала устанавливается 6-7 юрт, каждая из которых способна принять до 10 человек. Имеется оборудованные душевая и туалет. Между тем, не все туристы, особенно люди пожилого возраста, способны проживать в таких средствах размещения.

В Хорезмской области работает 23 туристических предприятия, из них 21 гостиница и 2 туроператора. Негосударственный сектор хорошо представлен в сфере средств размещения: так, 16 гостиниц являются частными, а другие относятся к Национальной компании «Узбектуризм» (3 заведения) и ведомственные (2). Кстати, частные отели способны принимать 800 человек. Во всех средствах размещения имеются рестораны.

Таблица № 2.34. Экономические показатели развития сектора туризма Хорезмской области и Каракалпакстана за 2001-2003 годы

№	Индикаторы туризма	2001	2002	2003
	Хорезмская область			
1	Объем предоставленных услуг, млн. сумов	446,7	726,3	852,2
2	Экспорт услуг, тыс. долларов США	1076,6	980,1	716,4
3	Обслужено туристов, всего (тыс. человек)	57,22	57,6	60,2
	В том числе			
	Прием, всего	45,5	36,6	36,6
	- из них иностранные посетители	24,2	21,6	21,6
	- граждане Республики Узбекистан	21,3	15,0	15,0
	Отправка, всего	11,72	21,0	23,6
	- из них в дальнее зарубежье	0,02	-	-
	- в Содружество Независимых Государств	0,6	1,9	1,9
	- по Узбекистану	11,1	19,1	21,7
4	Прибыль, млн. сумов	42,2	6,1	-
	Каракалпакстан			
1	Объем предоставленных услуг, млн. сумов	4,2	4,6	10,8
2	Экспорт услуг, тыс. долларов США	4,0	6,0	4,3
3	Обслужено туристов, всего (тыс. человек)	0,9	2,03	8,6
	В том числе			
	Прием, всего	0,7	1,83	0,9
	- из них иностранные посетители	0,2	0,33	0,3
	- граждане Республики Узбекистан	0,5	1,5	0,6
	Отправка, всего	0,2	0,2	7,7
	- из них в дальнее зарубежье	-	-	-
	- в Содружество Независимых Государств	-	-	-
	- по Узбекистану	0,2	0,2	7,7
4	Прибыль, млн. сумов	0,3	0,1	1,1

*Примечание: снижение экспортных услуг произошло за счет реконструкции гостиницы «Хорезм» в г.Ургенче

В 2005 году общее количество туристов, посетивших Хиву, достигло 43,0 тыс. человек, из них 23,2 тыс. - узбекские граждане, а 19,7 тыс. – иностранцы. Наибольший поток визитеров наблюдался из Германии, Франции и Японии. Большинство туристов – люди предпенсионного и пенсионного возрастов. Услуги перевода и экскурсий оказывают 65 специалистов. Следует отметить, что в 2003 году эти показатели составили, соответственно, 56,8 тыс., 42,6 тыс. и 14,2 тыс., а в 2004 году – 52,5 тыс., 33,1 тыс. и 19,4 тыс. По мнению экспертов, снижение объемов прибытий связано с многими факторами, в числе которых отношение западных туроператоров к майским 2005 года событиям в Андижане, а также недостаточно развитая инфраструктура (в пик сезона отмечаются проблемы с размещением и качеством услуг, не проработан вопрос досуга и развлечений).

Динамика состояния туристского сектора Хорезмской области и Каракалпакстана отражена в таблице № 2.34.

Как видно из таблицы, объем предоставленных услуг за три года по Хорезмской области возрос в 1,9 раз, по Каракалпакстану – 2,3 раза; обслуживания туристов, соответственно, на 105% и в 14,3 раза (!). Правда, экспорт услуг в Хорезме снизился на 33,5%.

Сервис туристических предприятий. По мнению руководителя Центра развития бизнеса и туризма г.Хивы Адылбека Рахимова, существуют определенные сложности в системе обслуживания. По его данным социологического опроса (см. таблицу № 2.35), 1/2 часть респондентов считали услуги гостиниц и отелей, а также гидов-экскурсоводов как «хорошие», в то время как 1/5 – гостиниц и музеев, памятников как «плохие». Больше нареканий вызывали объекты общественного питания – неудовлетворительную оценку выставили от 30% до 40% опрошенных. В целом, число людей, которые выставили отличные показатели работе перечисленных учреждений, варьировались от 5% до 15%, то есть достаточно незначительное. Безусловно, такая ситуация должна привлечь серьезное внимание менеджеров и собственников, сосредоточить их усилия к устранению недостатков и улучшению качества.

Как отмечают эксперты, большинство персонала туристической инфраструктуры Хорезмской области и Каракалпакстана «не знакомо с современными методами организации и ведения такого специфического бизнеса, каким является туризм. Управление своим предприятием и обслуживание туристов, за малым исключением, осуществляется без должной квалификации и соответствующих знаний». Таким образом, вовлеченные в туристический процесс люди в большинстве своем не обладают необходимыми навыками для обслуживания иностранных гостей, поскольку обладают ограниченными знаниями в сфере:

- гостиничного и ресторанного бизнеса;
- службы официантов, горничных, дежурных администраторов;
- рекламы и дизайна;
- калькуляции затрат и бухгалтерского учета;
- менеджмента, маркетинга;
- современной кухни и кулинарии и т.д.

Таблица № 2.35. Оценка уровня услуг в местах остановки туристов по Хорезмской области, % от общего числа опрошенных

Туристические предприятия/ объекты	Плохо	Приемлемо	Хорошо	Отлично	Нет ответа
Гостиницы, отели	20	15	50	15	-
Турагентства, туроператоры	-	5	20	5	70
Гиды, экскурсоводы	-	20	50	-	30
Музеи, памятники	20	15	40	5	20
Рестораны	30	5	15	5	45
Прочие пункты питания	40	15	25	-	20
Транспортное обслуживание	10	20	40	15	15

Несомненно и другое: туризм – это отрасль, которая в целом испытывает ряд проблем в своем развитии, в частности, административное влияние, в меньшей степени стимулирующие экономические и технологические процессы туристического бизнеса. Речь идет не столько о целесообразности различных разрешений (лицензий, патентов, сертификатов, маршрутных листов), сколько об излишней бюрократии их получения. Серьезным препятствием являются и высокие цены на авиабилеты главного перевозчика страны – «Узбекистон хаво йуллари», как на международные, так и на местные рейсы. Авиамаршруты проложены в основные туристические центры республики через Ташкент. Безусловно, это негативно сказывается на конкурентоспособности турфирм отдаленных регионов.

Говоря о специфике Хорезмской области и Каракалпакстана, следует учесть, что туризм здесь усложнен, как говорилось выше, слабой материальной базой и природно-климатическими условиями. В частности, туристская фирма «Аяз-кала тур» доставляет в юрты воду из Бустона, расположенного в 30 км. По всему маршруту отсутствуют общественные туалеты, что создает определенный дискомфорт у туристов. А в Нукусе и других местах редки магазины, продающие сувениры или изделия прикладного искусства. Как замечают эксперты, недостаток в объектах общественного питания вынуждает туристские компании привозить с собой воду и продукты, или они организуют питание уже в Бухаре или Хиве.

В Каракалпакстане не были отмечены автобусы туристского класса, турфирмы обычно отправляют в Нукус автобусы из Ташкента или арендуют бухарские или хорезмские транспортные средства. Проблема усугубляется и тем, что подъездные пути ко многим историческим или культовым памятникам грунтовые и размываются в период дождей. Как замечают эксперты, к этим объектам нет никаких информационных указателей, и водителям приходится порой петлять по региону в поисках памятников.

Подготовка специалистов для сферы туризма. Выше говорилось, что целью исследования было определение направлений, по которым следует готовить специалистов для индустрии гостеприимства. По результатом опросов оказалось, что наиболее востребованными дисциплинами явились менеджмент, иностранный язык, работа с клиентами, маркетинг, служба горничных и официантов, техника продаж, кулинария и ресторанное дело, бухгалтерский учет, организация турбизнеса и законодательство.

Из всего объема респондентов, 28% готовы учиться на трехдневных курсах, 41% – пятидневных и 31% – десятидневных. Соответственно этим пожеланиям и требуется составлять учебные планы и программы. С другой стороны, лишь 19% готовы оплатить за учебу средства в размере выше 5 тыс. сумов (около $5), 33% – до 5 тыс. и 48% – до 3 тыс. сумов. Низкая платежеспособность населения не позволяет изымать из семейного бюджета деньги на учебу. Видимо, здесь необходима поддержка гуманитарных организаций, специализирующихся на проведении семинаров и тренингов.

Исследования. Удовлетворенность иностранных и отечественных туристов услугами местной инфраструктуры ярко представлена в социологическом опросе, который проводил швейцарский эксперт CIM Андре Лойнбергер в мае 2005 года в Хиве, и в его рамках 84 респондента ответили на вопросы, связанные как с организацией тура, качеством услуг туристской инфраструктуры и достопримечательностями Хорезмской области.

Как видно из таблицы № 2.36, более 1/2 всех визитов в Хиву совершается в составе туристской группы, это свидетельствует о том, что организованный туризм носит преобладающий характер. Причем подавляющая часть – это люди, которые впервые посещают этот регион. Около 1/3 респондентов заявили, что информацию получили от друзей, видимо, ранее совершивших визит сюда, а больше половины почерпнули сведения из специализированных гайдов/буклетов. Из опроошенных 14% представляли Францию, по 9% – Германию и Израиль, 12% – Великобританию, 7% – Австралию, 15% – Узбекистан, остальные респонденты из других государств. Из этого числа 46% имели возраст от 50 до 70 лет, а 21% – 30-40 лет.

Таблица № 2.36. Организация путешествия туристов в Узбекистан/Хорезм

Цель прибытия	Абс.	%	В который раз	Абс.	%
По работе	12	14,2	В первый раз	76	90,4
С тургруппой	45	53,5	Во второй раз	11	13,0
Как независимый визитер	27	32,1			
Информацию получил об Узбекистане			**Путешествие организовано**		
По работе	18	21,4	По линии бизнеса/работы	3	3,57
От друзей	25	29,7	Запросу по Интернету	8	9,52
Через Интернет	9	10,7	Агентство в моей стране	37	44,0
Через СМИ	16	19,0	Агентство в Узбекистане	16	19,0
Туристские гайды	44	52,3	По личной инициативе	14	16,6

Западные туристы, прежде всего, хотят душ, поскольку Хорезмская область – регион с жарким климатом летом (то есть в пик туристского сезона). И почти 50% из них используют Интернет, чтобы иметь контакты со своей родиной (см. таблицу № 2.37).

Таблица № 2.37. Объем сервиса отеля

Я хочу в своем отеле	Абс.	%	Я использую	Абс.	%
Восточный декор	24	28,5	Услуги питья/напитки	19	22,6
Чулан	32	38,0	Массажные процедуры	9	10,7
Торшер, бра	48	57,1	Заказ такси, билетов	24	28,5
Ванную	22	26,1	Услуги няньки	1	1,19
Душ	60	71,4	Вегетарианские блюда	11	13,0
Фен	20	23,8	Завтрак/обед	34	40,4
Вешалки для одежды	27	32,1	Международную телефонную линию	17	20,2
Тумбу для чемоданов	19	22,6			
Стол	22	26,1	Факс	10	11,9
Мыло и шампунь	27	32,1	Спутниковое телевидение	25	29,7
Библиотеку/литературу	8	9,52	Интернет	39	46,4
Систему кондиционирования	25	29,7			
Холодильник	21	25,0			

Западные туристы также относительно высоко оценили качество услуг, которые предлагаются им в частных отелях (таблица № 2.38). Туристы в 67% случаях заявили, что их гиды были компетентными при экскурсии, в 27% – знающими и эрудированными, 31% – интересно преподносившими информацию, 19% внимательными к нуждам туристов. Они также отметили, что для них интересными были живая

музыка (25%), лекции (14%), народные танцы (27%), демонстрация приготовления пищи (6%), обучение ремесленничеству (8%), театрализованные сцены из рубаи Омара Хайяма (2%), посещение театра (8%).

На вопрос "Я думаю, что Хива нуждается..." 33% туристов указали на улучшении рекламы своего туристского потенциала, 15% – в возрождении магического образа, 10% – лучшем освещении улиц ночью, 0% – указателях и вывесках, 8% – комитете по охране зданий, 19% – большем количестве общественных туалетов, а 15% отметили, что ничего больше не нужно. Оказалось, что 7% из опрошенных во время прогулки по городу хотят приобрести сюзане, 2% – ковры, 1% – антиквариат, 10% – керамику, 4% – золотые изделия, 5% – ювелирные предметы, 2% – тюбетейки, 24% – шелковые шарфы, 2% – миниатюры. В то же время, 43% желали остановиться здесь подольше, 5% – купить слайды или фильм, 6% – карту Хивы, 7% – пользоваться кредитной картой.

По мнению А.Лойнбергер, эти социологические данные позволят местным службам улучшить свою деятельность, зная интересы и пристрастия иностранных туристов, ориентировать производство услуг под конкретные запросы.

Таблица 2.38. Качество услуг в отеле

Сотрудники отеля выглядят	Абс.	%	Мой завтрак был	Абс.	%
Хорошо подготовленными	28	33,3	Вкусным	31	36,9
Учтивые	49	58,3	Приемлемым	16	19,04
Коммуникативны/общительны	26	30,9	Не привык к такой пище	5	5,95
Понимающие	27	32,1	Хотел бы вегетарианскую	6	7,14
Желающие помочь, но ничего не делающие	80	95,2	Не понравилось	3	3,57
			Мой гид был		
Вызывающими доверие	17	20,2	Компетентным	36	42,8
Не очень обязательные	5	5,95	Знающим свое дело/тему	23	27,3
Слишком скромные	4	4,76	Интересным	26	30,9
Внимательные	42	50,0	Разбирающийся в своем языке	27	32,1
Требовательными	4	4,76	Коммуникабельным	20	23,8
Компетентными	25	29,7	Внимательным к нашим нуждам	16	19,0

ПРОЕКТ «БИОРАЗНООБРАЗИЯ ЗАПАДНОГО ТЯНЬ-ШАНЯ». Стратегической целью Европейского союза в предоставлении помощи Центральной Азии являлась содействие в политическом диалоге между тремя государствами, реализации мероприятий, включающих региональное сотрудничество, сокращение бедности, устойчивое социально-экономическое развитие и экологическое управление. В свою очередь, правительства данного региона признали важность

региональной взаимозависимости и установили механизмы для проведения консультаций и переговоров по определенным проблемам обоюдного характера, например, через организацию центрально-азиатского сотрудничества, где среди других также обсуждаются экологические проблемы и перспективы туристского развития.

Отстающая реформа сельскохозяйственного сектора после распада СССР и низкая производительность привели к широко распространенной бедности в сельской местности, и увеличению давления на природные ресурсы. Это привело к изъятию из особо охраняемых природных территорий площадей для аграрного производства, в частности, пастбищ, что ведет к деградации экосистем и снижению биоразнообразия в регионе. Бедность усиливает риск этнических и социальных конфликтов, включая по таким направлениям как вода и земля. Поэтому потенциал для сокращения негативных факторов через экономический рост в Центральной Азии лежит в более эффективном использовании существующего человеческого и физического капитала и создает соответствующие условия для развития частных инициатив на местном уровне.

В связи с этим Европейской комиссией были реализованы две фазы проекта, связанных с экологическим туризмом. Нужно сказать, что Фаза 1 официально называлась «Межгосударственный проект по сохранению биоразнообразия Западного Тянь-Шаня» и реализовывался с января 2001 по июль 2003 года, включая продление на 7 месяцев. Фаза 2 носила название «Продолжение проекта по сохранению биоразнообразия Западного Тянь-Шаня» и включала период с января 2004 по январь 2006 года. В его рамках было использовано 25 человеко-месяцев международных экспертов (или 25% времени) и 170 – местных (87%). Ожидается, что в течение 2006 года будет запущена Третья фаза центральноазиатского проекта по сохранению биоразнообразия Западного Тянь-Шаня с общим бюджетом в 1,8 млн. евро, из которых 300 тыс. евро предназначены для Программы малых грантов.

Фаза 2 включала такие цели, как продвижение альтернативной доходоприносящей деятельности, в частности, развитие экотуризма. Содействие в создании трансграничного биорезервата «Западный Тянь-Шань», улучшение потенциала сельских общин, проведение соответствующих тренингов, по информированию общественности, организация Программы малых грантов – это также цели уже завершающейся фазы.

Три центральноазиатских государства посвятили себя устойчивому развитию и защите окружающей среды через их национальные стратегии развития и через вступление или ратификацию важных международных конвенций и соглашений, например, по изменению климата, борьбе с опустыниванием и сохранения биоразнообразия. Также вступили или вступят в силу различные двусторонние и региональные соглашения,

например, по сохранению окружающей среды, по сохранению биоразнообразия в Западном Тянь-Шане (в 1998 году). В результате последнего ожидается заключение Соглашения по созданию Трансграничного биосферного резервата «Западный Тянь-Шань».

Итогом проекта можно назвать:

- формирование нового направления туризма в Центральной Азии, основанного на местном сообществе, из них только в Узбекистане – в селах Чимган, Бурчмулла и Хумсан;
- население этих туристских центров получило знания и навыки в качественном и количественном обслуживании посетителей;
- созданы новые турпродукты экологической направленности, которые реализуются на региональном и международном рынках;
- установлено крепкое сотрудничество между туроператорами и местными жителями, администрацией парков и районной властью;
- проведены маркетинговые и социологические исследования в области экотуризма, туристского потенциала региона, разработаны Стратегии развития туризма в каждом отобранном участке;
- в рамках укрепления местного самоправления разработаны Планы развития сел, где определены цели и задачи местного сообщества на перспективу, источники инвестиций, данные документы были утверждены сельскими сходами граждан и одобрены местной властью;
- подготовлен проект межправительственного соглашения но созданию биорезервата;
- рассмотрены вопросы землепользования, туристского зонирования, предложенные материалы направлены в заинтересованные министерства и ведомства, такие как охраны природы, лесного хозяйства, земельного кадастра, управления туризма, экономики, финансов, трудовых ресурсов и социальной защиты и др. Для использования в текущей деятельности или планировании задач на перспективу.

Между тем, на конференции поднимались вопросы инициирования Третьей фазы, где ожидаются следующие результаты по компонентам:

Компонент «А» – трансграничное сотрудничество и управление биорезерватом:

- содействие в ратификации Соглашения по созданию трансграничного биорезервата «Западный Тянь-Шань»;
- содействие в работе Координационного комитета данного биорезервата;
- разработка и принятие документов по переходу границ и укреплению трансграничного сотрудничества;
- содействие о включении «Западного Тянь-Шаня» во всемирную сеть биосферных резерватов в рамках ЮНЕСКО;
- исследовательские туры в существующие биорезерваты.

Компонент «B» – развитие экологического туризма в Западном Тянь-Шане:

- содействие в выполнении планов, разработанных для индустрии гостеприимства в рамках Второй фазы;
- содействие в возобновлении переходов границ туристами, особенно в Чаткальской долине;
- исследовательские туры для местных поставщиков туризма на основе сообщества (Community Based Tourism);
- обмен опытом по СВТ в других участках региона;
- дальнейшее продвижение бренда «Туризм в Западном Тянь-Шане» на местных, региональных и международных рынках.

Компонент «C» – Самоуправление в сельскитх сообществах:

- содействие в выполнении Планов развития сел, разработанных во время Второй фазы;
- обмен опытом по самоуправлению в других сообществах Западного Тянь-Шаня;
- активное вовлечение местного населения в процесс управления трансграничного биорезервата.

Компонент «D» – Информирование общественности и экологическое образование:

- он предназначен специально для школьников, поскольку в будущем они станут пользователями ресурсов Западного Тянь-Шаня.

Основными партнерами могут стать Комитет лесного и охотничьего хозяйства при Министерстве сельского хозяйства Казахстана, Государственная лесная служба Кыргызстана и Государственный комитет по охране природы Узбекистана, остальными бенефициариями являются местные, областные и региональные администрации и отобранные села, туроператоры, экологические неправительтвенные организации, преподаватели, средства массовой информации.

ПРОЕКТ "ВЕЛИКИЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ". В течение многих тысячелетий Шелковый путь был самым значительным и эффективным способом интеграции народов Азии и Европы. Именно по нему проходил обмен товарами, знаниями, технологиями, культурами, что в итоге способствовало развитию городов, регионов, государств и цивилизаций. Даже в настоящее время трудно оценить, какое глобальное значение имел этот путь для человечества.

Но интерес к нему не утратился и после того, как он прекратил свое существование. Более того, развитие транспортных и информационных коммуникаций, промышленного производства, международной торговли товаров и услуг и активное подключение регионов Азии и Европы к интеграционным процессам позволяют судить, что Великий Шелковый путь приобретает второе дыхание.

Одним из форм возрождения Шелкового пути является формирование глобальной трансазиатской транспортной линии, связывающей Юго-Восточную Азию с Европой. Она охватывает такие страны как Япония, Китай, Индия, Узбекистан, государства Центральной Азии (Таджикистан, Кыргызстан, Казахстан, Туркменистан), страны Кавказа (Армения, Грузия, Азербайджан), Западную Азию (Пакистан, Иран) и, конечно, европейские страны. Естественно, наиболее важным участком этой линии является Транскавказский коридор (проект ТРАСЕКА), который уже функционирует с 1996 года. Именно тогда четырьмя государствами – Узбекистаном, Туркменистаном, Азербайджаном и Грузией были подписаны Договор о координации деятельности железнодорожного транспорта, а также Соглашение о сотрудничестве в области регулирования транзитных перевозок.

Стоит упомянуть, что в рамках проекта ТРАСЕКА проводится исследование "Дельфин" – технико-экономическое обоснование создания караван-сараев. По мнению экспертов, это должно способствовать развитию Шелкового пути, поскольку строительство заправочных станций, жилых помещений, мастерских, пунктов питания и телекоммуникационного оборудования на основных маршрутах Узбекистана и Туркменистана приведет к формированию новых туристических зон, а также загрузке туристического автотранспорта. На эту программу было выделено 475 тыс. ЭКЮ, а контрактором назначена фирма "West-East GmbH". В настоящее время отобрано четыре площадки для строительства станций комплексного дорожного обслуживания. Около 45 зарубежных компаний были ознакомлены с проектом создания караван-сараев, что привело к коммерческому интересу с их стороны. Например, рассматриваются планы оказания дорожных услуг и соответствующей архитектурной концепции данных предприятий.

Как считают армянские эксперты М.Зардян и Э.Хуршудян, "было бы крайне неверным рассматривать Шелковый путь как одну лишь торговую магистраль. Уже на заре своего существования, параллельно обеспечению обмена товарами, он приобрел значение стабильного проводника достижений человеческого интеллекта, канала взаимодействия, взаимовлияния и взаимообогащения, подчас – полярных культур многогранной интеграции племен и народов от берегов Желтого моря до Атлантики".

Практически, как отмечают эксперты, интерес к Шелковому пути стал особенно активным с момента провозглашения центрально-азиатскими государствами своей независимости. Это предопределило то, что Всемирная туристская организация (ВТО) во время проведения своей Генеральной Ассамблеи, проходившей в Индонезии в 1993 году, приняла решение об осуществлении долгосрочного туристического

проекта. Данный документ был направлен на разработку и реализацию особого концептуального туристского продукта "Туризм на Великом шелковом пути".

В 1994 году по инициативе Президента Узбекистана Ислама Каримова и Генерального секретаря ВТО Антонио Савиньак девятнадцать стран-участниц приняли исторический документ – "Самаркандскую декларацию по туризму на Шелковом пути". Кроме того, в связи с этим был принят особый логотип проекта ВТО, нацеленный на объединение всех стран, организаций и частного сектора, располагающихся на трассах Шелкового пути.

Экспертами ВТО была проведена дифференциация стран-участниц проекта по степени вовлеченности в Шелковый путь и определены три концентрических круга. В первый круг вошли страны Центральной Азии и Закавказья, которые только недавно открыли свои границы для туризма и стали формировать собственные национальные модели туризма. Естественно, здесь пока имеются проблемы в организации туристических маршрутов, качества обслуживания, решения визовых, пограничных и таможенных вопросов. ВТО в этом направлении считает важной задачей оказание помощи в разработке программ устойчивого развития, содействия в инвестициях в туристскую сферу, разработки законодательства и подготовки кадров.

Во второй круг вошли страны, которые уже открыли свои объекты "Великого шелкового пути" и накопили определенный опыт, связанный с этим особым туристским продуктом. Ими являются Китай, Пакистан, Индия, Иран, Греция и Турция. По мнению экспертов ВТО, международная организация может стимулировать продвижению турпродукта "Великий шелковый путь".

Что касается третьего круга, то он охватывает конечные пункты древней коммуникации – Японию, Корейский полуостров, страны АСЕАН, с одной стороны, и арабские и европейские государства, с другой. ВТО видит свою миссию в пропаганде Шелкового пути, так как эти страны не только обеспечивают наибольший поток туристов, но и являются направляющими рынками для туризма по этой трассе.

Для продвижения турпродукта "Великий шелковый путь", естественно, необходима соответствующая база. Как считают эксперты ВТО, "Шелковый путь" – это трансконтинентальная концепция интеграции стран на всех уровнях (транспортных коммуникациях, торговли, экономики, технологий, культуры, информации т.д.), для реализации которой необходимо активное сотрудничество всех стран. Здесь невозможно обойтись без взаимодействий частного сектора и государства, международных и региональных организаций, отдельных туроператоров и гостиничных комплексов.

Следующим мероприятием ВТО по проекту "Шелкового пути" был Сианьский (Китай) форум 1996 года, который касался вопросов маркетинга данного турпродукта. Кроме того, на нем многие страны смогли установить новые и серьезные деловые контакты с туроператорами из основных направляющих стран.

Не менее важным стал Второй форум по туризму на Шелковом пути, проходивший в г.Нара (Япония) в сотрудничестве с ЮНЕСКО и Азиатско-тихоокеанским центром туристских обменов (АПТЕК). Как считают эксперты, на нем удалось сформировать основные туристские ресурсы Шелкового пути: достопримечательности, объекты культуры и истории, средства размещения, транспорт и информационные центры.

После этих мероприятий проект стал получать поступательное развитие. Однако не все аспекты были решены. Поэтому в апреле 1997 года в Тегеране (Иран) было проведено Второе международное заседание по Шелковому пути, на котором в качестве основных сформулированы следующие задачи: международная пропаганда регионов Шелкового пути, расширение культурных обменов, использование глобальных информационных сетей (в частности, Интернета) для рекламы данного турпродукта. Более того, было принято решение проводить день туризма и авторалли на Шелковом пути, а также принять симфонию "Шелковый путь" в качестве официального гимна проекта.

Новыми инициативами стали предложения, выдвинутые на заседании по Шелковому пути, которое прошло в рамках Генеральной ассамблеи в г.Стамбул (Турция) в октябре 1997 года. Сюда вошли задачи разработки плана действий по объединению ремесел Шелкового пути (исходя из позитивного опыта проекта ПРООН в Узбекистане) и подготовки 26-серийного фильма о достопримечательностях регионов, входящих в древний путь.

Нужно отметить, что большую роль в пропаганде турпродукта "Великий шелковый путь" стала изданная при содействии японского правительства, национальных туристских администраций стран-участниц проекта и подготовленная Секретариатом ВТО специализированная брошюра. В ней содержалась необходимая информация обо всех объектах и достопримечательностях Шелкового пути, средствах размещения и транспортировки. Конечно, данное издание стало одним из элементов маркетинговой стратегии, имевшей спрос на мировом туристском рынке.

С 1994 года ВТО приступила к активной пропаганде проекта "Шелковый путь" на всех крупнейших международных туристских выставках: берлинской ITB, лондонской WTM и мадридской FITUR, устанавливая эксклюзивный стенд. Там покупатели и продавцы имели возможность изучить данный турпродукт и убедиться в его качестве.

Несомненно, форум в г.Кито (Япония), который прошел 21 февраля 1998 года, стал важной вехой в активизации проекта на местных рынках, в частности в Японии. Стоит заметить, что в настоящее время Страна восходящего солнца является одной из ведущих в мире стран, направляющих туристов. Поэтому усиление информированности японцев о Шелковом пути способствовало установлению взаимовыгодных связей между японскими туроператорами и странами Шелкового пути. Кроме того, на форуме были обсуждены вопросы визовых формальностей, укрепления доверия к проекту среди субъектов туриндустрии, доступа к информации, обеспечения чартерных рейсов.

Достигнутый позитивный результат на Киотском мероприятии позволил другим странам приступить к активной пропаганде своего туристского потенциала в рамках проекта "Великий шелковый путь". В частности, 28 сентября – 2 октября 1998 года в Алматы (Казахстан) прошел Семинар ВТО для туроператоров по Шелковому пути. На нем уже принимали участие представители туристских организаций Европы, Северной Америки и Азии. На данном мероприятии решались такие важные аспекты, как последние достижения в области гостиничного хозяйства, улучшение транспортной доступности достопримечательностей Шелкового пути, упрощение туристских формальностей, маркетинговая и рекламная деятельность, а также дальнейшая разработка турпродукта.

Стоит, кроме того, заметить, что в результате достижений в продвижении туризма на Шелковом пути еще четыре страны– Армения, Азербайджан, Монголия и Сирия - присоединились к деятельности этого проекта. По мнению армянских специалистов, "по сей день непревзойденной вершиной евразийской экономической интеграции является Великий шелковый путь", и поэтому стремление этой кавказской страны занять достойную нишу в трансконтинентальной торговле и коммуникациях вполне ясна и понятна.

Продолжение данного проекта получило на Третьем международном заседании ВТО по Шелковому пути, которое прошло 2-5 ноября 1998 года в г.Тбилиси (Грузия). Кроме того, что многие туроператоры смогли ознакомиться с региональным туристским потенциалом Грузии, были подняты вопросы, как усилить привлекательность туризма по Шелковому пути, какие методы совершенствования инфраструктуры необходимы, по каким принципам упрощать туристские формальности. Кроме того, важными стали проблемы выхода на выездные рынки, получения инвестиций для строительства гостиниц и других объектов туристической деятельности.

В связи с этим перед участниками проекта "Великий шелковый путь" стоит задача формирования турпродукта, в который вошли бы страны с

высокими показателями посещаемости, например, Китай. Тогда бы маршрут мог выглядеть следующим образом: Германия-Узбекистан-Китай, Франция-Казахстан-Китай и т.д. Учитывая, что ежедневные расходы туристов, исключая авиаперевозки, вырастут до $5 млрд., то Узбекистан имеет реальный шанс получить часть этой валютной массы. По оценкам международных экспертов, к 2020 году основное количество путешествующих будет посещать традиционные страны.

Более того, казахскими специалистами предлагается разработать "Концепцию совместного функционирования туристской индустрии" на центральноазиатском участке Великого шелкового пути. Такая концепция может выражать социально-экономические и культурные интересы республик и станет частью усилий ЮНЕСКО по восстановлению всей древней трассы. По подсчетам А.Щуровой, Ж.Кантирбаева и О.Саурамбаева, только в 1997 году реальный размер от поступления туризма на казахстанском участке Шелкового пути составила $39,1 млн. В связи с этим предполагается, что создание и реализация подобного документа дали бы возможность разрабатывать и осуществлять трансферные (сквозные) маршруты для иностранных туристов вдоль участка Шелкового пути через Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан и Туркменистан.

В этом аспекте наибольший интерес может вызвать культурно-познавательный туризм. Естественно, что такое динамичное развитие станет возможным благодаря активному использованию турпродукта под маркой "Шелкового пути".

В настоящее время проект "Шелкового пути" стал не просто воплощенной в турпродукт концепции международного общения, но формой туристской интеграции. Более того, возродить данный путь в его полном интегрирующем значении возможно лишь в условиях эффективного развития транспортных и информационных коммуникаций, промышленного производства, международной торговли товаров и услуг, а также при активном подключении регионов Азии и Европы к процессам экономического, культурного и научного сотрудничества. Только тогда проект может получить поступательное развитие и станет символом взаимного притяжения народов.

В связи с этим необходимо решение следующих аспектов и задач, которые по масштабам и объему не только выходят за рамки одного-двух государств, но становятся базой для интегрирования стран в единый туристский рынок с глобальным турпродуктом "Великий шелковый путь":

- прежде всего, это развитие транспортных и информационных коммуникаций на пространстве Великого шелкового пути;
- туристическая и экономическая интеграция стран, формирование экологических зон туризма;

- активное участие частного сектора и государственная поддержка туризма, проведение специальной политики по проекту Шелкового пути;
- эффективное использование внутренних и зарубежных инвестиции в туристическую инфраструктуру как отдельно взятых стран, так и всего региона, объединенного в единую цепь маршрута Шелкового пути;
- создание открытых экономических зон по международному туризму на территориях с особым статусом (древние города, поселения, храмы, памятники истории и культуры и другие);
- экономическая поддержка туроператоров и туристских фирм в их хозяйственной деятельности.

Рассматривая эти вопросы, необходимо углубиться в их суть, чтобы выработать необходимые стратегические и тактические шаги по возрождению Шелкового пути. Между тем, звучат предложения экспертов о необходимости рекламы "Великого шелкового пути". Это создание международного телеканала "Шелковый путь" в рамках СНГ, который, впрочем, транслировался бы не только в Содружестве, но и за его пределами. Такая форма рекламы была бы, по мнению некоторых экспертов, наиболее действенной и эффективной.

Другим предложением стало создание транснациональной авиакомпании "Silk Road Express", которая служила бы инструментом организации единых межгосударственных авиамаршрутов, в первую очередь, для иностранных туристов, желающих охватить в одном турне несколько стран, прежде всего регионы Центральной Азии и Закавказья и далее с выходом на Европу и Юго-Восточную Азию.

В случае наличия общей визы для стран СНГ (прототип Шенгенской в Европе) данный проект имел бы неплохие шансы для реализации. Конечно, для этого также нужно согласие и поддержка правительств в получении коммерческих прав на перевозку пассажиров и грузов между несколькими государствами, льготы по авианавигационным сборам и сборам аэропортов, по заправке топливом, по созданию единой системы бронирования и продажи авиабилетов. Однако, как считают эксперты, это было бы реальным фактором туристской интеграции.

ПРОЕКТ ТАСИС IBPP «РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ ПО ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА» был реализован представительством Института по международному сотрудничеству Немецкой ассоциации народных университетов (IIZ/DVV) в Центральной Азии. Данный проект финансировался Европейским союзом и был направлен на улучшение ситуации, связанной с подготовкой специалистов для туристской отрасли Узбекистана. В его рамках были созданы пять региональных центров, где велось обучение и подготовка команды тренеров по восьми направлениям, а также разработка и выпуск методических пособий по следующим темам:

- менеджмент и управление финансами в сфере туризма;
- гостиничное хозяйство;
- современная кухня и гастрономия;
- работа официанта;
- гостеприимство;
- дизайн и реклама;
- история и культура ремесел Узбекистана;
- методы обучения взрослых.

За два года – с 2003 по 2005 годы был достигнут определенный результат. Так, в городах Бухара, Самарканд, Нукус, Хива и Фергана уже действуют центры, обучены 40 тренеров, проведены два региональных и восемь местных заседаний «круглых столов», тренинги с привлечением иностранных специалистов. Состоялись также две туристские ярмарки в Бухаре и Хиве, открыт для интересующихся проектом веб-портал (www.iizca.com/tourismcenter.com), организованы две учебно-ознакомительные поездки в Германию и Болгарию для местных предпринимателей.

Следует сказать, что узбекская туристская сфера нуждается в высококвалифицированных специалистах. В настоящее время здесь занято 15 тыс. человек, в том числе 30% – с высшим и 70% – со средним специальным образованием. Обеспеченность кадрами с высшим образованием составляет порядка 65%. По расчетам, при существующих объемах подготовки профессионалов для туризма в Ташкентском государственном экономическом университете и Самаркандском институте экономики и сервиса и трех колледжах системы среднего специального образования укомплектованность индустрии гостеприимства к 2010 году составит 40% – с высшим и 65% – со средним образованием. Безусловно, такая ситуация требует принятия мер по увеличению учебного потенциала и вовлечению в переподготовку занятых в этой сфере работников. Одновременно необходимо расширить перечень специальностей, в частности, необходима сегментация: туроператоры, турагенты, гиды-переводчики, и т.п., которых в настоящее время в вузах республики не готовят. Как отметили в Национальной компании «Узбектуризм», через пять лет будет подготовлено свыше 2 тыс. специалистов, из которых 48,6% – с высшим образованием. Будет занято в отрасли более 20 тыс. человек, где 45% – будут лица с высшим образованием. Планируется, что работники туриндустрии раз в 3 года будут повышать квалификацию в Республиканском учебно-методическом центре «Узбектуризма» и системе Минвуза.

В связи с этим деятельность региональных центров IIZ/DVV и реализация проекта играет значительную роль в усилении туристского потенциала и улучшении системы не только образования, но и качества предоставляемых услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: регион, область, Хорезм, Каракалпакстан, проект, инфраструктура, подготовка кадров, Европейская комиссия, биоразнообразие, экология, охрана природы, экотуризм, историко-культурный туризм, Шелковый путь, сервис, гостиницы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какие проекты реализуются в Узбекистане с участием международных организаций?
2. Какие перспективы открывает перед Узбекистаном реализация международных туристских проектов?

2.10. ТУРИЗМ, ОСНОВАННЫЙ НА МЕСТНОМ СООБЩЕСТВЕ

Республика Узбекистан. В последние годы в Узбекистане, в частности, в Ташкентской области стали появляться новые направления в развитии туризма – это так называемый туризм, основанный на местном собществе. Местное сообщество (CBT – Community Based Tourism), которое стало развивать в качестве одной из хозяйственных деятельностей туризм, должно опираться на данные маркетинговых исследований. Благодаря полученным цифровым и фактологическим/эмпирическим результатам возможно планирование текущих и будущих процессов, определения задач по улучшению качества и объемов услуг. Это также является базой для дальнейшего инвестирования собственных или заемных средств на расширение инфраструктуры.

В течение месяца на территории трех поселков – Хумсан, Чимган и Бурчмулла, там, где функционируют группы CBT, проводились маркетинговые исследования по визитам туристов и системе их обслуживания[63]. Согласие на предоставление данных дали 38 домашних хозяйств, располагающих средствами размещения и активно оказывающих услуги приезжим гражданам. Всего было ими обслужено 355 человек, из которых 48% пришлось на Чимган. Кстати, на этот же поселок пришлось больше всего иностранных туристов, попавших в исследование. Из общего числа туристов 22 были гражданами дальнего зарубежья (Европа) и 56 – ближнего зарубежья (СНГ, из них 60% - из Казахстана). Таким образом, жители сопредельных стран являются также потребителями услуг местных провайдеров, на что следует ориентировать узбекских туроператоров, желающих развивать контакты с центрально-азиатскими партнерами. Продолжительность пребывния в среднем колебалась от 1,3 до 4,1 суток. Жители Ташкента предпочитали отдыхать световой день на субботу или в воскресенье (см. таблицу № 2.39).

[62] Исследования проводились Ассоциацией путешественников «Рабат Малик» по заданию Проекта EuropeAid 15 августа-15 сентября 2005 года.

300 человек (или 84,5%) прибыли в составе группы (компания друзей, семьи, коллеги), 55 (15,5%) – в одиночку. Таким образом, основной поток туристов в регион – коллективный. Характеристика по возрасту не проводилась, хотя эксперты подчеркнули, что семейные – это старше 35 лет с детьми, компания – молодежь до 27 лет, коллеги по работе – от 25 до 50 лет. Молодежь предпочитала активные формы отдыха, тогда как коллеги – пикники, семейные пары – водные процедуры, солнечные ванны, гастрономию, фольклор.

Из общего числа обслуженных туристов, в Хумсане 86% получили услуги питания от семей, разместивших их у себя, в Чимгане, соответственно, 57,8%, Бурчмулле – 85%. Отсюда вытекает вывод: посетители получают не только возможность отдыха в средствах размещения, но и приготовления пищи по заказу, а значит, это направление сервиса является востребованным. Лишь незначительная часть предпочитала готовить самостоятельно, видимо, желая продемонстрировать своим друзьям и семьям способности в кулинарии. Однако, большая часть туристов заказывала еду, если она размещалась в закрытых помещениях (гостевых домах), тогда как на тапчанах и палатках таких было меньше. Эксперты заметили, что остановившиеся на тапчанах чаще всего привозили еду или полуфабрикаты с собой.

Таблица № 2.39. Показатели системы обслуживания СВТ в трех поселках Бостанлыкского района

Показатели	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
Число семей, предоставивших данные, из них:	12	31,5	9	23,6	17	44,7
- топчаны и палатки	4	36,3	2	18,1	5	45,5
- крытые дома, помещения	8	29,6	7	25,9	12	44,4
Число обслуженных визитеров, всего	64	18,02	171	48,1	120	33,8
- из них граждане дальнего зарубежья	3	13,6	12	54,5	7	31,8
- граждане СНГ	14	25	31	55,3	11	19,4
Число прибывших:						
- в одиночку	16	24,6	30	46,1	19	29,2
- группой	48	16,0	141	47,0	111	37,0
Средняя продолжительность пребывания, в днях:						
- на топчанах и палатках	1,9	-	1,3	-	1,7	-
- в крытых помещениях	4,1	-	3,8	-	3,3	-
Число получивших питание от семей	55	19,7	121	43,5	102	36,6
- на топчанах	10	15,6	22	34,3	32	50,0
- в крытых помещениях	41	19,5	99	47,1	70	33,3

Так видно из таблица № 2.40, 59 человек получили услуги экскурсий, из которых 33 – конных маршрутов по ближайшим местностям, что сидетельствует об интересе к этому виду путешествия. Следует сказать, что если в Хумсане и Чимгане популярностью пользовались путешествие верхом на лошадях, то в Бурчмулле - пешие прогулки по горам (этот фактор также определен тем обстоятельством, что в Бурчмулле меньше всего владельцев гужевого транспорта). Зато в Бурчмулле все 100% принимали водные процедуры у Чарвакского озера, тогда как в Чимгане таких было около 4%, а Хумсане – 32%. Больше всего отмечались факты покупки изделий местных ремесленников в Хумсане, собиравших лекарственные травы, гербарии и приобретавшие натуральный мед в Чимгане, услуги перевода на иностранные языки и рыбной ловли – в Бурчмулле.

Таблица № 2.40. Объем услуг для туристов со стороны провайдеров СВТ

Численность туристов:	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
1. Получившие услуги	10	16,9	29	49,1	20	33,8
экскурсий, всего:						
- из них треккинг	2	7,6	4	15,3	20	76,9
- конный тур	8	24,2	25	75,8	-	-
2. Заинтересовавшихся фольклором	16	20,5	22	28,2	40	51,2
3. Купивших сувениры	33	61,1	10	18,5	11	20,3
4. Отдыхавших у воды	59	31,5	8	4,2	120	64,1
5. Собиравших травы, гербарии и покупавшие мед	15	31,9	21	44,6	11	23,4
6. Ловившие рыбу	1	25,0	-		3	75,0
7. Услуги перевода	2	14,2	5	35,7	7	50,0

Эксперты, собиравшие данные по поселкам, отметили возросшую интенсивность посещения туристами региона в текущем сезоне по сравнению с прошлыми годами. Возможно, это связано со строительством и реконструкцией автомагистралей, мостов, инженерных коммуникаций в Чимган-Чарвакской туристской зоне в рамках правительственных решений и государственных инвестиций. Хотя следет сказать, что к началу сентября число визитов сократилось из-за установившего прохладного сезона в горной части Бостанлыкского района. Таким образом, почти 80% всех ответов приходится на вторую половину августа.

Согласно данным таблицы № 2.41, 32 домашних хозяйств (84,3%) пожелали работать с организованными туристами, то есть с теми, кто целенаправленно поставляются специализирующими учреждениями – профсоюзами, турфирмами, частными предприятиями, учебными заведениями. Кстати, в Чимгане предпочтение работать с организованными

туристами отдали 100% домашних хозяйств. По их ответам, это позволяет им заблаговременно готовиться к объемам и качеству услуг, приобретать продукты питания, расширять места ночлега, планировать свою деятельность.

С другой стороны, 6 респондентов (15,7%) посчитали, что лучше всего выходить на рынок самостоятельно, так как это обеспечивает им свободу выбора и действий, не обязывает обязательствами. Например, как подчеркнул один из ответивших, турфирма может послать трех человек, которых следует поселить в доме с 10 местами, тогда как на данный момент к нему могут обратиться семь человек, пришедших с «улицы», с такой же просьбой. И тогда экономическая выгода будет более явной, и при этом нет необходимости отдавать часть вознаграждения туроператору. Однако 33 (86,8%) хозяйств готовы к сотрудничеству с турфирмами, если те будут продвигать их услуги на туристских рынках.

Таблица № 2.41. Вопросы отношений СВТ к туристскому процессу

Показатели	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
1. Представляют ли тристские базы, дома отдыха и санатории конкуренцию СВТ						
- «Да»	2	16,6	8	66.6	2	16.6
- «Нет»	9	36,0	1	4,0	15	60,0
2. С какими видами туризма они хотели бы работать:						
- организованным (по направлениям фирм, предприятий)	8	25,8	9	29,03	14	45,1
- неорганизованным (стихийными)	3	50,0	-	-	3	50,0
3. Численноть домашних хозяйств, готовых сотрудничатьс турфирмами						
- готовы к сотрудничеству	10	30.3	8	24,2	15	45,4
- не имеем желания	2	40.0	1	20,0	2	40.0
4. Каких туристов предпочитают принимать домашние хозяйства						
- иностранцев	2	12,5	3	18,7	11	68,7
- граждан Узбекистана	7	46,6	6	40,0	2	13,3
- нет никакой разницы	1	20,0	-	-	4	80,0
5. Отношение к легализации деятельности						
- нет желания работать официально	4	40,0	2	20,0	4	40,0
- хотят зарегистрировать деятельность	2	28,5	-		5	71,5
- еще не определились	6	28,5	7	33,3	8	38,09
6. Туризм – это для семей						
- основной источник материального благополучия	2	40,0	-	-	3	60,0
- дополнительный источник	10	30,3	9	27,2	14	42,4

Принимать и обслуживать иностранных туристов предпочло больше всего в Бурчмулле и, как подчеркнули респонденты, это связано с более

покладистым характером приезжих из дальнего зарубежья, их платежеспособностью, высокой культурой. В Хумсане на узбекских граждан ориентировались почти 1/2 опрошенных, ибо они больше всего заказывают дополнительные услуги.

Стоимость размещения колебалось в зависимости от качества постройки, объема предоствляемых удобств, и поэтому ранжировать услуги было не просто. Разница достигала от $6 за человека или $30 за коттедж в Чимгане в сутки до $20 за человека и $100 за коттедж в Бурчмулле, от $3 до $10 за топчан (в зависимости от близости к достопримечательностям, деревьям, воде, скале, обозрению ландшафта). Что касется доходов от размещения, то семьи предпочли не уточнять этот аспект, мотивируя коммерческой тайной. Однако, можно предположить, что в среднем доход составил не менее $300 за месяц на одно домашнее хозяйство. Стоимость питания варьировалась от $3 до $10 в сутки.

Скрытость информации связана не столько с конкуренцией, сколько с нежеланием «засвечиваться» в контролирующих структурах (налоговая служба, пограничники и милиция), поскольку для такого рода предпринимательства необходимо иметь официальное разрешение от властей, а с части доходов оплачивать налоги государству. Так, 26% респондентов не хотят действовать открыто, а 55% пока что еще не определились со своим статусом – работать в «тени» или легализоваться. Это еще определено и с тем, что туризм пока является сезонной деятельностью, не являющейся основным источником прибыли для семей. Так, 33 (или 86,8%) опрошенных хозяйств считают туризм дополнительной статьей поступлений в семейный бюджет.

Из опроса выяснилось следующее: представители домашних хозяйств считают, что для работы в туризме необходимы знания:

- основ гостеприимства (35 ответов);
- стандартов услуг (29);
- иностранных языков (13);
- азов бухгалтерии, экономики, маркетинга и менеджмента (38);
- юриспруденции, кулинарии, строительства (31).

Все респонденты согласились, что для их развития необходимы инвестиции в домашние хозяйства, а также в инфраструктуру поселков.

От 76% до 78% опрошенных посчитали, что регион является привлекательным для туризма и его потенциал следует развивать, и лишь от 8,33% до 15,2% заявили, что местность не имеет туристской ценности. Между тем, визитеры уверены в необходимости развития туристской инфраструктуры в Бостанлыкском районе (см. таблицу № 2.42). Здесь следует учитывать, что респонденты не делали четких ограничений между территорией поселка, Угам-Чаткальского парка или самого района, а обобщали все в одно восприятие окружающей действительности. Так, все

100% и 92% из Хумсана заявили, что необходима реклама и частные инвестиции для укрепления рекреационных возможностей этой зоны. 91% из Чимгана – содействие органов власти и управления, а 64% и 74% из Бурчмуллы – поддержка международных организаций и сотрудничество местных жителей с туроператорами. Как видно из этого, такие ответы налагают определенные установки для тех, кто намерен формировать здесь турпродукт или оказывать услуги приезжим.

95% опрошенных в Бурчмулле туристов готовы приехать самостоятельно в поселок, что говорит об отсутствии необходимости в услугах посредников (турфирм, профсоюзов), тогда как почти 18% в Чимгане намерены в будущем использовать услуги туроператоров, а около 5% в Хумсане не приедут больше в эту местность. И вопрос не столько в качестве услуг, сколько визитеры предпочитают путешествовать и по иным местам (в основном это касалось иностранцев), и Узбекистан располагает другими достопримечательностями на иной территории.

Таблица № 2.42. Мнение респондентов-туристов о туристском потенциале трех поселков Бостанлыкского района/Западный Тянь-Шань

	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
1. Является данный поселок привлекательным с точки зрения туриста?						
- Да	50	78,1	130	76,0	92	76,6
- Нет	8	12,5	26	15,2	10	8,33
- Без ответа	6	9,37	15	8,77	8	6,66
2. Что необходимо для развития туристской инфраструктуры в регионе/поселке? (допускается несколько ответов)						
- частные инвестиции	59	92,1	91	53,2	101	84,1
- государственные инвестиции	45	70,3	124	72,5	85	70,8
- реклама	64	100	139	81,2	57	47,5
- сотрудничество местных жителей с туроператорами	24	37,5	111	64,9	89	74,1
- содействие органов власти и управления	36	56,2	156	91,2	93	77,5
- поддержка международных организаций	12	18,75	74	43,2	77	64,1
3. Вы приедете сюда в следующий раз?						
- самостоятельно	45	70,3	78	45,6	114	95,0
- через туроператоров	5	7,81	30	17,5	6	5,0
- не приеду больше	3	4,68	4	2,33	-	-
- без ответа	11	17,1	59	34,5	-	-

Говоря о качестве услуг, то большая половина удовлетворена теми условиями, которые они получают от местных провайдеров (таблица № 2.43). Так, 59% опрошенных в Бурчмулле и 89% в Хумсане были довольны условиями для проживания, отдыха в частных гостевых домах. Но если в

Хумсане (18,7%) и Чимгане (16,3%) были неудовлетворены хорошей едой, которой их угощали жители, то в Бурчмулле таких оказалось всего лишь менее 2%, но зато там более 57% выразили недовольство отсутствием комфортабельной кровати. На слабое проявление заботы и внимания больше всего указали туристы в Чимгане, а на наличие проблем с развлечением и фольклора, соблюдения норм санитарии – в Хумсане.

И все же, эти недостатки не являются настолько серьезными, чтобы туристы перестали приезжать в эту местность. Многие из них уже определили ту или иную специфику поселков. Например, 83% респондентов указали, что Бурчмулла должна ориентироваться на спортивный туризм, в частности, скалолазание, горные походы, и 100% уверены, что пляжный отдых – самый лучший для села вид услуг. С другой стороны, почти 80% в Хумсане говорят о необходимости специализации в охоте и рыбалке. Конный туризм – это «гвоздь» Чимгана, и жителям следует развивать именно этот вид услуг. Высока доля тех, кто рассматривает перспективность экологических маршрутов по региону (от73% до 89%) и этнографического (от 57% до 95%).

Таблица № 2.43. Мнение респондентов-туристов о сервисе СВТ

	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
1. Приемлемы ли для вас условия проживания в частных гостевых домах?						
- Да	57	89,0	140	81,8	71	59,1
- Нет	6	9,37	25	14,6	30	25,0
- Без ответа	1	1,56	6	3,50	19	15,8
2. Чего вам не хватало в сервисе местных жителей? (возможно несколько ответов)						
- хорошей еды	12	18,7	28	16,3	2	1,66
- внимания, заботы, уважения	3	4,68	31	18,1	15	12,5
- комфортной кровати, свежей постели	31	48,4	43	25,1	69	57,5
- развлечений, фольклора	40	62,5	104	60,8	49	40,8
- экскурсий	25	39,0	59	34,5	80	66,6
- соблюдения норм санитарии	29	45,3	42	24,5	10	8,33
3. Какой туризм в поселке следует развивать? (возможно несколько ответов)						
- экстремальный/спортивный	12	18,7	133	77,7	100	83,3
- этнографический	61	95,3	98	57,3	115	95,8
- рыбалку и охоту	51	79,6	56	32,7	90	75,0
- пляж + солнце	34	53,1	19	11.1	120	100
- экологический	47	73,4	150	87,7	107	89,1
- конный	31	48,4	138	80,7	35	29,1

В таблице № 2.44 отмечаются факторы природного и общественного влияния. Так, высока доля тех в Бурчмулле, которые жалуются на излишние барьеры, ставящие перед ними пограничниками и милиционерами. Конечно,

следует помнить, что данный поселок расположен в близости от государственной границы. На эту же проблему указывают и туристы, остановившиеся в Хумсане. Однако не следует слишком опираться на ответы туристов в отношении требований егерей и работников парка, которые действуют также в рамках предписанных норм и правил: их задача – охрана природных ресурсов и здесь конфликты с местными жителями и визитерами неизбежны. Но если на отсутствие недоброжелательного отношения со стороны местных жителей указывают большинство туристов, то проблемы медицинского характера вызывают у них тревогу. Видимо, это связано с тем, что в поселках врачебные пункты отсутствуют и получить квалифицированную помощь можно только в иных местах.

Природные условия также в поле внимания туристов. Многие из них опасаются оползней и селевых потоков, которые проявляются весной и осенью, холодной погоды и сильных водных течений. Однако, существующие службы района своевременно очищают дороги от селя и оползней, оказывают спасательные услуги.

Таблица № 2.44. Туристские проблемы в поселках, мнения визитеров

	Хумсан		Чимган		Бурчмулла	
	Абс.	В %	Абс.	В %	Абс.	В %
1. С какими общественными проблемами вы сталкиваетесь в поселках?						
- пограничники не пропускают на живописные места	11	17,1	-	-	45	37,5
- милиционеры излишне придирчивы, требуют всяческих документов	2	3,12	14	8,18	31	25,8
- егеря придирчивы к тому, что делают туристы в местах отдыха, рыбалки	4	6,25	7	4,09	25	20.8
- местные жители не очень злы туристам	1	1,56	15	8,77	2	1,66
- сложно получить медицинскую помощь	16	25,0	5	2,92	2	1,66
2. Какие проблемы природного характера вас пугают?						
- оползни, селевые потоки	37	57,8	21	12,2	8	6.66
- землетрясения	23	35,9	3	1,75	7	5,83
- дожди, холод	19	29,6	12	7,01	22	18,3
- сильные водные течения	24	37,5	3	1,75	43	35,8

Следует сказать, что данный маркетинговый отчет касается в основном летнего сезона, когда спрос на местные услуги со стороны приезжающих весьма высок. Необходимы исследования в зимний период, когда эти туристские центры находятся в иных экономических и природно-климатических условиях. Здесь можно увидеть сильную разницу в

развитии между Чимганом, являющимся лыжным курортом, и Хумсаном и Бурчмуллой, где этот вид услуг не получил распространение по многим факторам (например, отсутствие инфраструктуры). С другой стороны, в процессе изучения ситуации можно выявить другие перспективные направления индустрии гостеприимства, которые станут главными в деятельности СВТ в несезон.

Кыргызская Республика. Кыргызская ассоциация туризма (КАТОС) объединяет СВТ, разбросанные в разных регионах страны, и услуги, предлагаемые в поселках, входящих в ее систему, пользуются особым спросом и интересом не только у иностранных, но и отечественных туристов. Так, в 2004 г. нами были заключены рамочные соглашения о сотрудничестве с 16 местными туроператорами, в основном дислоцируемыми в столице Кыргызстана, что на 45,4% выше по сравнению с 2003 годом. Хочу подчеркнуть, что это стало возможным благодаря всей маркетинговой деятельности КАТОС, тщательно продуманной стратегии по сотрудничеству с организаторами путешествий. Известно, что подписав соглашение, турфирмы получают 10% комиссионных от всех услуг, предоставляемых местными сообществами, и дополнительные скидки на B&B. Поэтому около 30 % услуг, оказываемых туристам организациями СВТ, бронируются через туроператоров.

Маркетинговая деятельность касается не только продвижения продуктов местных сообществ - СВТ (Community Based Tourism) внутри страны. Особо пристальное внимание КАТОС уделяет внешним рынкам. Как отметила исполнительный директор, в 2004 году ее организация была представлена пятью туроператорами на Международной туристской ярмарке в Берлине. Буклеты ассоциации распространялись среди посетителей и участников этого форума, рассматриваемых как потенциальные клиенты СВТ.

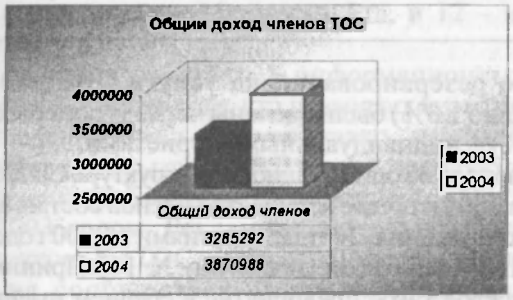
В 2003 году была разработана система градации услуг B&B, и ее мы внедрили в последующий год. В период с 25 мая по 4 июня тремя аккредитационными комиссиями проверялись 137 домов СВТ и НПО «Жизнь чабана» в различных регионах страны. Следует сказать о строгости отбора: лишь 88% домов прошли аккредитацию, из которых 63, или 46 %, получили 1 (низший) уровень оценки, 47 домов (34%) – второй уровень и 11 домов или 8 % - наивысший - третий уровень. Кроме того, предложены стандарты качества для гидов, транспортных и конных услуг СВТ, и именно они служили основой для последующей аттестации: так, из 41 гида были допущены к работе в СВТ 38 человек (82,6%), а из числа 46 водителей - только 35 (или 76%).

В начале лета 2004 года КАТОС провел второй ознакомительный тур, организованный южными организациями СВТ. К его участию были приглашены все партнеры ассоциации, которые ознакомились с целями, основными принципами и результатами деятельности местных сообществ, и выразили желание к кооперации. Посещение групп СВТ в Жалалабаде,

Кара-Суу, Арстанбапе и Оше позволило туроператорам определиться с возможностями сельского туризма и найти партнеров в этих поселках. Кстати, этот тур позволил подготовить видеоматериалы для местного телевидения и статьи в крупных региональных журналах. КАТОС является учредительным членом Ассоциации продвижения Кыргызстана как страны туризма, и представлена в Совете по туризму при Госкомитете по туризму, спорту и молодежной политике

Говоря об эффективности такого туризма, следует отметить, что число туристов, получивших услуги от организаций СВТ и «Жизнь Чабана» в 2004 г. достигло 4860 человек, что на 11,1% больше, чем в 2003 году. Что касается показателя в человеко-днях, то он равнялся 8914, а это на 22,68% больше, чем за 2003 год, когда общее число ночлегов составило 7266. Общий доход за 2004 г. превысил 3,87 млн. сомов, или $94,4 тыс. Необходимо подчеркнуть, что это на 17% больше предыдущего периода (см. диаграмму № 12).

Диаграмма № 12. Общий доход СВТ групп за 2003-2004 гг.



Как видно из таблицы № 2.45, за пять лет численность посетивших и пользовавшихся услугами СВТ возросло в 6,76 раз, а доходы – в 10,1 раз, и таких динамичных показателей не имеет никакой другой сектор туризма.

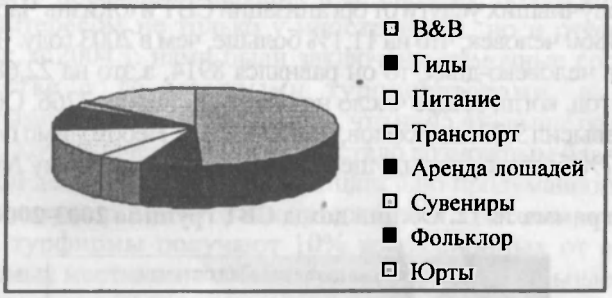
Таблица № 2.45. Статистические данные СВТ 2000-2004гг.

Год	Кол-во туристов	Кол-во чел.-дней	Доход, сом	Обменный курс
2000	718	Нет данных	380975	47,72 сом\долл.
2001	2332	6657	1627621	48,44 сом\долл.
2002	2292	4655	1196526	46,93 сом\долл.
2003	4373	7266	3285292	43,69 сом\долл.
2004	4860	8914	3870988	43 сом\долл.

Большая часть дохода организаций СВТ все еще приходится на такие услуги, как B&B (49%) и проживание в юртах (14%), однако доля других услуг как, например, сопровождение гидами (7%), транспорт (12%), аренда

лошадей (10%) в последниее время увеличилась. Как считает эксперт А.Оросбаева, это изменение явилось результатом роста объема туров, организуемых самими же СВТ. Только в 2004 году местными жителями было разработано новых 24 тура, а всего продано 94 тура. В диаграмме № 13 приведены относительные индикаторы распределения доходов от конкретных услуг.

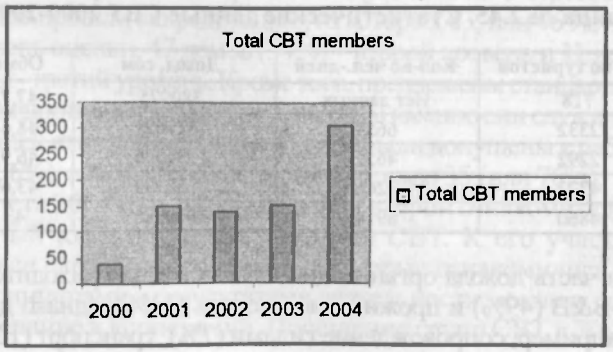
Диаграмма № 13. Секторальное деление дохода на услуги СВТ



Количество резервирований на услуги СВТ составило 209, из которых 149 (или 71,3%) были сделаны через туроператоров-партнеров, а 60 (или 28,7%) – индивидуальными туристами.

Затрагивая вопрос об организационной структуре СВТ, следует привести такие данные: в 2004 г. общее количество членов составило 304 семейных предприятия в сравнении с 38 предприятиями в 2000 годом, 149 – в 2001, 140 – в 2002 и 152 – в 2003 (см. диаграмму № 14). Принимая во внимание тот факт, что каждое такое предприятие в среднем имеет 4 члена семьи, количество прямых бенефициариев составит приблизительно 1216 человек.

Диаграмма № 14. Тенденция роста количества СВТ-членов по Кыргызстану



В общей сложности в 2004 году было разработано 24 тура, из которых 8 туров уже были протестированы КАТОС и требовали только рекламы, а 6 туров были протестированы совместно с туроператорами, и в их программу вошли услуги СВТ Арстанбап-Токтогул, Каракол-Бельтам, Нарын-Кен-Саз, Нарынского мараловедческого питомника. В их числе маршруты на верблюдах вокруг Сонкуля, тур на джайлоо в район озера Сонкуль, Афлатун-Чаткал. Еще 10 туров были протестированы самими группами СВТ, в частности Талас-Арала, Талас-Копуробазара, Саймалуу-Таша, Кочкор-Кол-Укока и других.

В рамках проводимых мероприятий КАТОС, был разработан соответствующий календарь, включающий пять различных фестивалей, которые рекламировались на веб-сайте Ассоциации, информировались заинтересованные стороны по электронной почте и через различных туроператоров. В результате 120 туристов участвовали в Сарала-Сазе на фестивале национальных игр, 40 посетили фестиваль войлока в Кочкорке, один побывал на празднике «Сумалык» в Джалалабаде, 30 – на фестивале ловчих птиц в Манжылы-Ата, и 12 – в фестивале на Саймалы-Таше.

В настоящее время работают 8 информационных отделений в регионах страны и 1 – в Бишкеке, что позволяет туристам получать все необходимые сведения. Здесь следует сказать, что из 9 офисов шесть являются собственностью групп СВТ, а три – арендуются. В 2004 году 456 туристов посетили Бишкекский центр, что на 122% больше по сравнению с 2003 годом. Рекламная деятельность также является ключевым аспектом КАТОС. Изданный путеводитель по туризму, основанному на сообществах, получил признание со стороны туроператоров. Другая сторона деятельности – это образовательные программы. Организация, используя наработанные методы и принципы проекта «Поддержки малого бизнеса» Швейцарской ассоциации международного сотрудничества «Хельветас», проводит семинары, что, кстати, служит дополнительным источником дохода. В 2004 году доход от проведенных тренингов и оказанных консультаций составил $970 и с января 2005 года – $750.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СВТ, экология, сервис, маркетинг, опрос, средства размещения, объекты питания, фольклор, опасности, отдых, базы, маршруты.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Что такое туризм, основанный на местном сообществе?
2. Каково значение СВТ в развитие экологического туризма?
3. Какие услуги способны оказать СВТ?
4. Как развивались СВТ в Узбекистане и Кыргызстане?

Глава 3. ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ

3.1. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ В КОНЦЕ 80-х ГОДОВ И В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Центральноазиатский регион в союзном разделении труда и специализации входил в отдельную производственно-социальную структуру. В него входило пять республик – Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. Их объединяла не только единая этническая и языковая однородность, менталитет и религия, но и то, что они являлись сырьевыми придатками промышленно-развитых европейских частей СССР. В их доле союзная и союзно-республиканская собственность превышала 60%, доля сельского хозяйства превышала 40% валового внутреннего продукта региона. Более 60% населения было занято в аграрном секторе экономики. Доля сферы услуг составляла 20%, и среди них был туризм.

Центральноазиатский регион представлял особый интерес для туристов, поскольку располагал значительными ресурсами, в частности:

- историческими памятниками и архитектурой, культурно-познавательным и археологическим туризмом (Узбекистан, Южный Казахстан, Восточный Туркменистан и Северный Таджикистан);
- религиозными объектами и святыми местами, паломничеством (Узбекистан, Таджикистан, Южный Казахстан);
- природными, ландшафтными достопримечательностями, экотуризмом (Казахстан, Кыргызстан, Северный Узбекистан);
- горными ресурсами, спелеологией (Таджикистан, Кыргызстан, Узбекистан);
- пустынными ландшафтами (Казахстан, Туркменистан, Узбекистан);
- водными ресурсами (Кыргызстан, Таджикистан, Казахстан, Узбекистан, Туркменистан);
- этнографическим туризмом, демографией (все республики).

В таблице № 3.1 дается распределение ресурсов (не фактически, а по мнениям экспертов), которые позволяли и сейчас позволяют определить потенциальные возможности развития республик в сфере туризма. Как видно из этого, подавляющую часть историко-религиозного туризма составляет Узбекистан, природного – Казахстан и Кыргызстан.

Таблица № 3.1. Доля туристских ресурсов каждой республики в общем объеме Центральной Азии, в %[63]

	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Туркменистан
Исторические памятники, архитектурные монументы	45	20	10	15	10
Религиозные объекты	60	10	5	15	10
Природные объекты (горы, озера, парки)	15	25	30	20	10
Этнографические ресурсы	25	25	15	20	15

Следует заметить, что все республики имели условия для развития спортивного, приключенческого и познавательного туризма. Существовали маршруты, которые проходили по Центральной Азии, обхватывая некоторые республики, например:

Исторические – Южный Казахстан и Южный Узбекистан (Туркестан – Ташкент – Самарканд – Бухара), Восточный Туркменистан и Южный Узбекистан (Мары-Чарджоу-Бухара-Самарканд), Южный Узбекистан и Западный Таджикистан (Бухара-Самарканд-Исфара), Северный Узбекистан и Западный Кыргызстан (Ферганская долина – Андижан – Ош- Джалалабад) и др.;

Природные – Восточный Казахстан и Северный Кыргызстан, Северный Узбекистан и Западный Кыргызстан, Южный Кыргызстан , Северный и Западный Таджикистан, Западный Узбекистан и Северный Туркменистан и др.;

Спортивные – по рекам Казахстана и Узбекистана, Таджикистана и Узбекистана, Кыргызстана и Таджикистана, горам Узбекистана, Таджикистана и Кыргызстана, охота – во всех республиках.

Говоря о возможностях туристской инфраструктуры, следует учесть, что советский туризм несколько отличался от западного. В подавляющей части он был внутренним – местным и межреспуб-ликанским, небольшая доля – около 10-12% приходилась на иностранцев (этот сектор вообще контролировался КГБ в лице Государственного комитета по иностранному туризму). В связи с этим услуги были далеко не качественными, здания и сооружения соответствовали минимальным потребностям, зачастую в них не было в необходимом количестве инвентаря, оборудования. Это объяснялось отсутствием конкуренции, небольшими инвестициями в эту сферу со стороны государства, хищническим подходом к развитию туризма (потреблялись с ущербом для природы ресурсы республик).

[63] Оценки экспертов, результат опроса 24 специалистов из пяти республик, май, 2004 год, Ташкент.

Внутренний туризм в Советском Союзе распределялся по направлениям:

- из Центральной Азии – внутри региона и в Россию, Украину, Прибалтику;
- из России – внутри региона, в Беларуссию, Украину, Кавказ, Центральную Азию;
- из Прибалтики – внутри региона и в Центральную Азию;
- из Кавказа – в Россию, Украину, Прибалтику.

Подавляющая часть туризма приходилась на Россию и Украину – около 45% всего объема внутреннего туризма. На Прибалтику – 20%, Кавказ – 15% и Центральную Азию – 15%, Беларуссию и Молдавию - 5%. Как утверждают эксперты, Эстония, Литва и Латвия тянули туристов своим "западным" стилем жизни, высоким уровнем услуг. Узбекистан, Таджикистан, Казахстан – восточной экзотикой, историей и религией. Грузия, Азербайджан, Армения – этнической "изюминкой" и богатой историей, традициями, которые поражала воображение многих визитеров. Россия, Беларусь, Украина, Молдова – историей великих сражений, культурой и досугом.

К концу 80-х годов ситуация во внутреннем туристском рынке несколько изменилась. Это объясняется следующими факторами:

Во-первых, границы СССР стали более открытыми, и население смогло выезжать за пределы страны, потреблять зарубежный турпродукт, они могли сравнивать систему туризма в Союзе и на Западе.

Во-вторых, ухудшилась экономическая ситуация, что отразилось на платежеспособности населения и ценовом уровне услуг туризма – поездки стали просто недосягаемыми для основной массы потребителей.

В-третьих, уровень качества услуг объектов туризма перестал удовлетворять туристов.

В-четвертых, ухудшилась межнациональная обстановка в СССР, в некоторых регионах возникли острые межэтнические конфликты (на Кавказе, Центральной Азии), что снизило туристские потоки в эти территории.

В-пятых, доктрина регионального хозрасчета, которая была принята в СССР к этому периоду, привела к тому, что жители одной республики имели проблемы с получением услуг и товаров в другой, были административные запреты на вывоз продуктов промышленного и аграрного производства.

В-шестых, транспортная система уже не способна была удовлетворять потребности людей; возникли сбои, что повлекло к снижению туристских визитов.

В таблице № 3.2 рассортированы показатели объектов, которые входили в систему досуга СССР и республик Центральной Азии. Других официально разрешенных в тот момент не было.

Таблица № 3.2. Инфраструктура досуга, культуры по СССР и центральноазиатским республикам

Республика	1980	1985	1989	1990	1980	1985	1989	1900
	Музеи всех ведомств по республикам							
	Число музеев (включая филиалы) на конец года				Число посещений, млн.			
СССР	1526	1932	2311	2471	156,4	186,1	187,9	214,8
Узбекистан	34	46	64	68	4,7	7,8	10,5	10,4
Казахстан	54	69	94	96	2,3	2,7	3,0	4,3
Кыргызстан	13	15	21	33	0,9	0,8	0,6	0,5
Таджикистан	10	16	22	27	0,5	0,7	0,6	0,5
Туркменистан	13	19	23	27	0,9	0,6	0,4	0,4
	Театры всех ведомств по республикам							
	Число театров на конец года				Число посещений, млн.			
СССР	604	636	713	747	120,1	124,9	104,4	97,2
Узбекистан	28	30	32	33	4,6	4,8	4,4	4,3
Казахстан	31	35	36	40	4,0	4,3	4,5	3,9
Кыргызстан	7	8	9	9	1,5	1,4	1,4	1,1
Таджикистан	12	13	13	14	1,3	1,5	1,2	1,1
Туркменистан	7	7	8	9	0,9	1,0	0,7	0,6
	Киноустановки всех ведомств на конец года							
	Число киноустановок, тыс. единиц				Число посещений киносеансов, всего млрд./в среднем на одного жителя			
СССР	152,6	152.2	147	140,7	4,25/16	4,1/15	3.2/11	2,9/10
Узбекистан	5,3	6,2	6,4	6,2				
Казахстан	10,7	11,3	10,7	10,5	...	...	...	...
Кыргызстан	1,2	1,3	1,4	1,3	...	...	...	...
Таджикистан	1,2	1,3	1,4	1,3	...	...	...	...
Туркменистан	1,3	1,4	1,5	1,5	...	...	...	...

Система досуга в СССР, в том числе в республиках Центральной Азии, была однотипной и не отличалась разнообразием. Туристы, как и местные жители, являлись потребителями услуг музеев, театров, кинотеатров, клубных учреждений. Именно в них инфраструктура досуга удовлетворяла посетителей в культурных, эстетических, познавательных и развлекательных потребностях, пускай не всегда в полном объеме и качестве. Были также парки отдыха, аттракционы, однако их количество и техническое состояние не позволяло рассчитывать на массовость и доступность. Коммунистическая политика рассматривала инфраструктуру развлечения как несоответствующую образу жизни советского человека, и поэтому эта сфера находилась под особым контролем. То есть музеи должны были демонстрировать достижения советского народа и негативные стороны прошлой жизни, кинофильмы пропагандировали коммунистические идеалы, а театры исполняли репертуары, прошедшие цензуру.

Безусловно, это вызывало дискомфорт и неудовлетворенность туристов в их потребностях. Хотя, следует признать, даже в этих жестких рамках была возможность информировать посетителей о специфике бытия и традиций народов Центральной Азии, исторических и культурных достижениях, памятниках, мировоззрении местного населения. Таким образом, происходил культурный обмен между жителями республик Советского Союза.

Следует заметить, что инфраструктура досуга наибольшими темпами развивалась в Казахстане (учитывая численность объектов на душу населения). Однако эти показатели были ниже среднесоюзных, что еще раз подтверждало версию, что в Центральной Азии этой сфере уделялось меньшее значение.

Что касается инфраструктуры размещения, включавшей в себя как учреждения отдыха и лечения, так и гостиниц и туристских баз, то в абсолютном значении лидером также считался Казахстан (см. табл. № 3.3). Эта же республика была впереди и в относительных величинах, в частности, количества учреждений на душу населения.

Таблица № 3.3. Санатории и учреждения отдыха по республикам в 1990 году

№	Показатели	СССР	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Туркменистан
1	Число санаториев и учреждений отдыха (без одно-двухдневных)	15305	349	441	135	96	41
В них коек (мест), тыс.		2563,2	55,9	63,8	35,5	16,3	8,0
2	Число санаториев и пансионатов с лечением	2294	88	111	30	35	14
В них коек (мест), тыс.		600,3	24,2	20,3	6,4	5,9	3,8
3	Число санаториев и профилакториев	3559	165	198	30	18	16
В них коек (мест), тыс.		313,7	12,9	20,4	2,6	1,7	1,1
4	Число домов и пансионатов отдыха	1194	18	13	60	8	7
В них коек (мест), тыс.		374,6	4,3	3,4	20,7	2,9	1,9
5	Число баз отдыха	7293	51	88	5	25	-
В них коек (мест), тыс.		805,5	5,0	11,4	1,1	3,3	-
6	Число туристских гостиниц, баз и др.	965	27	31	10	10	4
В них коек (мест), тыс.		469,1	9,5	8,3	4,7	2,5	1,2

После распада СССР новые независимые республики избрали свои модели экономического развития. В первые годы туризму не уделялось

столь значительного внимания. Лишь через 5-6 лет пришло осознание, что необходимо поддерживать этот сектор экономики, и парламенты приняли законы о туризме, а правительства – концепции и программы развития инфраструктуры туризма. Была проведена реформа системы, предоставляющей услуги посетителям.

Следует сказать, что в период СССР туризмом занималось несколько государственных ведомств и полуправительственных структур:

- Государственный комитет по иностранному туризму – он регулировал, прежде всего, въезд-выезд зарубежных граждан, оказывал им услуги внутри страны;
- Государственный комитет по спорту – спортивные базы;
- Министерство здравоохранения – курорты, здравницы, дома отдыха и лечения, пансионаты;
- Профессиональные союзы – они располагали значительным количеством объектов туризма – дома отдыха, пансионаты;
- Коммунистический союз молодежи – через бюро "Спутник" – лагерями, в том числе пионерскими (детскими);
- ведомственные дома отдыха, то есть принадлежавшие заводам, фабрикам, предприятиям.

В инфраструктуру туризма входили объекты, находящиеся на балансе и в подчинении различных государственных структур. Например, исторические памятники – Министерства культуры, средства размещения – Министерства жилищно-коммунального хозяйства, отраслевых министерств и ведомств, транспорт – отраслевых ведомств (авиация, железная дорога, автомобильный), питание Министерства торговли. Туристические центры также находились под контролем и на бюджете местных администраций.

В 90-х годах республики образовали свои структуры управления туризма. В частности, в Узбекистане они были объединены в систему, которую курировала Национальная компания "Узбектуризм".

Как говорилось выше, въезд иностранцев контролировался спецслужбами и регулировался Госкоминтуром СССР, в 1990 году их численность составляла более 7,2 млн. человек (см. табл. № 3.4). Основная масса иностранных визитеров "оседала" в европейской части страны, лишь около 10-15% из них посещали Центральную Азию. К сожалению, более подробную сегментацию по республикам советская статистика не давала, однако, как утверждают эксперты, из этого объема, который фиксировался в Центральной Азии, туристы из социалистического блока составляли 80-90%, из капиталистических стран – 10-20%. Таким образом, туристская инфраструктура пяти республик поддерживалась на уровне, удовлетворяющей невзыскательные потребности граждан социалистического блока, тогда как в России, Прибалтике уже начали строить и эксплуатировать объекты европейского стандарта.

Что касается выезда граждан СССР за границу, то в 1990 году их было более 9,0 млн. Подавляющая часть посещала страны социалистического блока. Это было связано с тем, что было легче оформить путевку. Из этого объема на жителей центральноазиатского региона приходилось около 20%, и незначительная часть из них направлялась в капиталистические страны.

Всего на 100 въехавших иностранцев приходилось 126 выехавших советских граждан, то есть выезжало больше, чем въезжало. Для государств Центральной Азии такое соотношение сохранялось в течение последующего десятилетия.

Таблица № 3.4. Динамика международного туризма в СССР, тыс. человек, 1990 год[64]

Страна	Всего	В том числе по целям поездок			
		Туризм	Служебные	Частные	Обслуживание транспортных средств
Численность граждан СССР, выезжавших за границу					
Всего	**9086**	**2150**	**1824**	**3632**	**1480**
Польша	2169	584	417	1058	110
Югославия	1039	115	26	871	27
Венгрия	692	157	62	399	74
Болгария	610	302	114	99	95
Китай	131	19	36	25	51
Монголия	393	7	295	40	51
Румыния	413	231	32	104	46
США	102	5	39	42	16
Турция	156	30	10	77	39
Финляндия	343	119	66	59	99
Чехословакия	639	300	72	190	77
Япония	105	7	15	2	81
Численность иностранных граждан, посетивших СССР					
Всего	**7204**	**2286**	**1808**	**1426**	**1684**
Польша	2429	738	336	733	622
Финляндия	703	479	126	31	67
Румыния	557	127	48	82	300
Германия	487	232	171	20	64
Болгария	469	27	150	214	78
Великобритания	104	52	35	2	15
Венгрия	353	30	75	198	50
Италия	126	65	45	1	15
Китай	137	22	54	14	47
США	214	128	73	5	8
Монголия	182	3	114	21	44
Югославия	112	22	50	11	29

[64] Народное хозяйство СССР в 1990 году. Москва. Госкомстат СССР, 1991, с.663-664.

Туристические расходы и доходы граждан советская статистика не приводила. Неизвестна также доля этого сектора в создании валового национального продукта. Также трудно определить объем туризма (объем визитов и вклада в экономику) в каждой из республик Центральной Азии, поскольку многие данные просто утеряны или уничтожены. Более того, в Узбекистане не было четкой статистики туристских визитов, что делает проблематичным изучение туризма СССР в последние годы.

Между тем, советская экономика не обеспечивала полностью потребности туристов в средствах передвижения. Особенно сложно было приобрести билеты на самолет, причем время получения было продолжительное (см. таблицу № 3.5).

Таблица № 3.5. Степень удовлетворения потребностей населения в перевозках транспортом дальнего сообщения общего пользования по СССР и республикам Центральной Азии[65]

	Удельный вес приобретших билет, %			Среднее время пребывания в в кассе, мин.		
	Автобус	Поезд	Самолет	автобусной	железнодорожной	авиационной
СССР	95	94	87	12	26	1 ч. 02 мин.
Узбекистан	94	93	78	17	47	3 ч. 13 мин
Казахстан	93	91	89	14	40	1 ч. 20 мин.
Кыргызстан	100	99	85	14	23	1 ч. 40 мин
Таджикистан	100	88	94	14	17	27
Туркменистан	87	95	85	6	23	32

Рассмотрим объемы перевозок пассажиров по республикам Центральной Азии (таблица № 3.6). Статистика не фиксировала долю в них внутренних туристов, однако, по мнению экспертов, их доля достигала 20-35% от общего объема. Большой объем пассажиров железнодорожного и автобусного транспорта отмечался в Казахстане, хотя по численности населения эта республика занимала второе место в центральноазиатском регионе.

Городской транспорт – трамвайный, троллейбусный и метрополитен в расчет нами не принимался, поскольку доля туристов, по оценкам экспертов, в них составляла менее 1%.

Нужно отметить, что только курортно-рекреационное хозяйство в бывшем СССР на конец 1990 года располагало коечным фондом в 5 млн.

[65] Народное хозяйство СССР в 1990 году. Москва, Госкомстат СССР, 1991, с.590.

мест, а годовая пропускная способность превышала 60 млн. человек. Но при этом в сфере туризма сохранялся острый дефицит гостиничных номеров. Так, на 1000 человек приходилось 0,35 места на турбазах и гостиницах, принимающих иностранных туристов (для сравнения: в Югославии до событий 1991 года этот показатель составлял 21,5, в Венгрии – 30,1)[66].

Таблица № 3.6. Отправление пассажиров по СССР и республикам Центральной Азии, млн. человек[67]

	1980	1985	1990
Автобусное сообщение			
СССР	42175,9	47006,0	50259,3
Узбекистан	1876,6	2515,8	2351,1
Казахстан	2965,6	3117,4	3438,4
Кыргызстан	480,9	537,6	554,7
Таджикистан	346,5	405,9	394,6
Туркменистан	298,0	337,7	309,3
Железнодорожный транспорт			
СССР	4072,2	4165,8	4322,5
Узбекистан	21,9	21,5	19,8
Казахстан	27,1	34,1	41,6
Кыргызстан	0,9	1,0	1,5
Таджикистан	1,9	1,6	1,7
Туркменистан	5,9	7,1	8,3

Но уже в то время советская система туризма начинала давать серьезные сбои. По данным Госкоминтура СССР, ежегодные убытки из-за отказа в приеме иностранных гостей достигали 300-400 млн. долларов. Таким образом, уровень развития материальной базы в тот период был сдерживающим фактором в расширении рынка рекреационных услуг. Именно этот факт учли новые независимые государства после распада СССР, создавая свою инфраструктуру туризма.

В настоящее время страны Содружества занимают весьма скромное место на мировом рынке туристских услуг – на их долю приходится менее 2% мирового туристского потока. Многие эксперты считают, что в последние годы спрос на санаторно-туристские и экскурсионные услуги в силу проблем переходного периода снизился, а существующая сеть туристских, санаторных учреждений, пансионатов, домов отдыха в значительной степени нуждается в реконструкции. Более того, утрачены привлекательные для туристов маршруты по странам Центральной Азии, Кавказа, Молдавии, Белоруссии, Украины.

[66] Смирнова С. Валютный ресурс туризма. Экономика и жизнь, М., 1991, № 2, с.8.
[67] Народное хозяйство СССР в 1990 году, Москва, Госкомстат СССР, 1991, с.591, 592.

После распада Советского Союза туризм в центральноазиатских республиках стал развиваться самостоятельно, не имея общих концепций и подходов. Это связано с тем, что новые независимые государства выбрали собственные модели социально-экономического развития, которые отличались друг от друга. Так, в Туркменистане экономика была подогнана под политическую платформу президента Сапарамурада Ниязова, установившего авторитарный режим. Вся отрасли и сферы, в том числе и туризм, находятся под прессингом полицейских структур, они сохраняют основы советской административно-командной системы, при котором невозможна личная инициатива, предпринимательство, практически рынок сведен к минимуму, нарушения прав человека стали обыденным явлением. В этих условиях туристическая отрасль самоизолирована, ограничена в развитии, но при этом здесь отмечается высокий уровень коррупции и теневой экономики. Практически, туризм регулируется спецслужбами, которые устанавливают не только слежку за туристами, а также выдают разрешение на въезд-выезд иностранцев, но и за местными жителями, их перемещением внутри страны, а также работой с иностранными компаниями.

В **Узбекистане** рыночные отношения имеют большее развитие, однако, все хозяйственные процессы также находятся под жестким контролем государства. Туризм централизован, то есть управляется специальным уполномоченным органом, который издает директивы, обязательные к исполнению, лицензирует отрасль, определяет весь хозяйственный механизм. Здесь отмечается синтез командного управления с рыночной системой. Инвестиции в туризм поощряются, но слабая судебная система, постоянная смена нормативно-правовых актов приводят к ослаблению этой сферы, оттоку капитала, рабочей силы и финансов в другие отрасли. По оценкам экспертов, доля теневой экономики в туризме составляет 30% и более.

В **Таджикистане** туризм имел спад из-за последовавшей в 1992 году гражданской войны. Лишь после мирного урегулирования в 1997 году эта отрасль стала развиваться. Однако имеются серьезные проблемы в инвестициях и финансовых ресурсах, слаба инфраструктура, в частности, авиация, средства размещения, здравоохранение, безопасность и прочее.

В **Казахстане и Кыргызстане** положение в туризме значительно лучше, чем в других центральноазиатских государствах. Это связано с тем, что были серьезные реформы в политической и экономической сферах. Частная собственность доминирует в экономике, существуют независимые средства массовой информации, оппозиционные партии и движения, парламент отражает интересы электората, что позволило в итоге быстро либерализировать все народное хозяйство, в том числе и туризм.

В таблице № 3.7 даются факторы, которые определяют проблемы совместного развития туризма. В частности, различия в **налоговом и таможенном законодательстве** не позволяют эффективно работать ту-

ристским предприятиям, и унификация в этом направлении идет со сложностями. Попытка разрешить их в рамках Организации центральноазиатского сотрудничества[68] к успеху не привела. Экономика стран региона находится на различном уровне развития и явственно отличаются друг от друга

Существуют также **визовые** проблемы. Так, Туркменистан в 1998 году ввел визовой режим со всеми центральноазиатскими республиками, Узбекистан в 2000 году – с Таджикистаном и Кыргызстаном. Между тем отмечается сложность получения разрешения на въезд между некоторыми республиками, но в то же время без виз возможно перемещение граждан, проживающих на околограничных территориях. Их пребывание в соседней стране регулируется двусторонними правительственными соглашениями и ограничиваются сроками и расстоянием.

Существуют **пограничные** проблемы, в частности, нелегальный переход в Узбекистан бандитских формирований, функционирование наркотрафика, оружия и боеприпасов, экстремистской литературы. Все это не могло не отразиться на туристических процессах, в частности, существуют территории с ограниченным доступом для визитеров.

Таблица № 3.7. Факторы противоречий развития туризма в Центральной Азии[69]

Противоречия	Узбекистан	Казахстан	Кыргызстан	Гаджикистан	Туркменистан
Политические					
Наличие пограничных противоречий с соседями	В	Н	С	С	Н
Визовой режим	С	Н	Н	Н	В
Военно-политические, этнические, дипломатические конфликты с соседями	В	Н	Н	Н	С
Экономические					
Различие в политике налогообложения и инвестиционного климата	С	С	С	С	В
Таможенные барьеры	В	С	Н	Н	В
Инфраструктурные					
Авиационный парк, налаженные воздушные маршруты	Н	Н	С	В	Н
Средства размещения	Н	Н	Н	С	Н
Средства питания	Н	Н	Н	Н	С
Объекты досуга и отдыха	В	Н	Н	С	С
Автотранспорт, железная дорога	Н	Н	С	С	С

Примечание: В - высокий фактор противоречий, С – средний, Н – низкий.

[68] Была создана в 1994 году, несколько раз меняла название и членов.
[69] Мнения 24 экспертов из пяти центральноазиатских государств, апрель, 2004, Ташкент.

В настоящее время не существует воздушного сообщения между Узбекистаном и Таджикистаном. В 1992 году в связи с вспыхнувшей гражданской войной в соседней республике, Ташкент запретил таджикской авиакомпании осуществлять полеты над воздушным пространством Узбекистана, были закрыты рейсы Ташкент-Душанбе.

Еще явственно противоречия проявляются в организации региональных туристских ярмарок. И в Ташкенте, и в Алматы функционируют ярмарки, целью которых является укрепление контактов с партнерами из СНГ, дальнего зарубежья, создание общих маршрутов. Между тем, опросы, проведенные экспертами среди участников двух выставок, показали, что туроператоры из Центральной Азии в меньшей степени ориентированы на ресурсы региона, соседей (см. таблицу № 3.8). Подавляющая часть - от 1/2 до 2/3 предпочитают дальнее зарубежье (страны Европы, Америки, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии).

Это связано с тем, что материальное благополучие жителей Центральной Азии не всегда позволяет потреблять турпродукт соседних республик (средняя заработная плата в Узбекистане - $40 в месяц, в Туркменистане - $15, Таджикистане - $10, Кыргызстане - $30 и Казахстане - $120), тогда как граждане России, Западной Европы способны оплатить относительно высокую стоимость услуг.

Таблица № 3.8. С ресурсами какой страны вы хотели бы работать? - опрос среди пяти республик Центральной Азии, %[70]

Туроператоры	Центральная Азия	СНГ	Дальнее зарубежье
Узбекистана	20	30	50
Казахстана	5	40	55
Туркменистана	10	10	80
Таджикистана	15	25	60
Кыргызстана	15	20	65

Ташкентская ярмарка была организована в 1994 году и имела название "Туризм на Великом шелковом пути", и в нем принимали участие 150 компаний и фирм из 50 стран мира. В прошедшем в октябре 2003 года и имевшем уже более скромное название "Туризм и отдых" число участников снизилось до 35 компаний из 15 стран мира. Визуальный просмотр стендов показал, что в действительности экспонировали свой турпродукт меньше, чем было указано в рекламном проспекте. Это свидетельствует о плохом менеджменте ярмарки, неэффективной деятельности организаторов, а также имеющихся

[70] Опросы проводились Ассоциацией путешественников "Рабат Малик" на Ташкентской и Алматинской ярмарках 2003 года, число респондентов - 44 турфирм из Центральной Азии.

противоречиях государства, что усложняет или не способствует участию в ней представителей зарубежных компаний. Хотя ярмарка 2005 года внесла некоторое оживление.

Нужно сказать, что ярмарка ориентирована на внешних покупателей, но их с каждым годом все меньше. Снижается и число продавцов, поскольку их турпродукт не раскупается на внешнем рынке, причем не столько из-за низкого качества предлагаемых услуг, сколько из-за отсутствия реальных покупателей. Кроме того, цена арендуемых площадей для участников превышает аналогичные показатели на мировых выставках в Лондоне, Берлине, Милане. Таким образом, можно сказать, что Ташкентская ярмарка не имеет эффекта, и интерес к ней будет снижаться до тех пор, пока организаторы не изменят стратегию и тактику, ценовую политику, не усилят рекламную деятельность.

С другой стороны, все большую значимость приобретает Алматинская ярмарка, где предлагаются в основном продукты экологического и спортивного направления. По утверждению экспертов, ярмарочная деятельность все больше перетягивается в Казахстан, где экономические условия функционирования наиболее либеральные и свободные, ограничения имеют дискретный и ограниченный характер.

В таблице № 3.9 дается распределение ответов турфирм по степени негативного влияния формальных процедур на туристическую атмосферу и деятельность индустрии гостеприимства.

Таблица № 3.9. Формальности, мешающие развитию международного туризма в Центральной Азии

Формальности	Мнения национальных экспертов, в %				
	Казахстана	Узбекистана	Таджикистана	Кыргызстана	Туркменистана
Сложности с оформлением визы, приглашения	10	12	23	15	10
Выполнение таможенных процедур	30	23	36	22	20
Проблема с валютным регулированием	16	34	20	10	26
Полицейский контроль (в т.ч. регистрация, прописка)	20	15	11	20	40
Медицинский контроль (в т.ч. страховка)	3	1	6	8	3
Сложная психологическая атмосфера при пересечении границы	11	15	4	3	1

Эксперты выразили мнение, что решение вышеуказанных проблем (наряду с другими, как, например, криминогенной обстановки, сложной

политической обстановки на границе с Афганистаном, инфляции и экономического кризиса) будет способствовать переориентации туристических потоков в страны Центральной Азии.

В Центральной Азии вопросы упрощения туристских формальностей только начинают рассматриваться правительствами, но, по мнению экспертов, этот процесс длительный и займет не одно десятилетие. Если в первые годы независимости между странами существовал безвизовой и упрощенный режим передвижения граждан, то в последствии защита границ вынудила государства ужесточить этот порядок. Естественно, снятие барьеров требует взаимоприемлемых подходов и прогнозирование негативных тенденций. Однако уже сейчас негативного в ужесточении режима для туризма больше, чем охрана государствами внешних границ. По некоторым расчетам, сложности на границах за последние два года привели к уменьшению туристского потока в регион более чем на 30-50%.

Поэтому специалистами по-разному оценивается деятельность правительства по либерализации и упрощению туризма (см. таблицу № 3.10). Как видно, большинство из них склоняется к мысли, что государства больше сделали для развития предпринимательства в сфере туризма (предоставили льготы в налогообложении, получении кредитов, таможенном оформлении оборудования, товаров), чем в упрощении процедур, которые в туристской деятельности являются не менее [redacted]. В то же время туркменские эксперты считали, что органы власти в меньшей степени способствовали и тому аспекту проблем, и другому.

Таблица № 3.10. Мнения национальных экспертов по деятельности правительства в сфере стимулирования туризма в своих странах, %

Эксперты	Да	Нет	Без ответа
Способствует ли политика правительства либерализации туристской деятельности в стране?			
Казахстанские	62	14	24
Узбекистанские	78	20	2
Кыргызстанские	60	10	30
[redacted]станские	55	22	23
Туркменистанские	34	54	12
Способствует ли политика правительства упрощению туристских формальностей?			
Казахстанские	50	30	20
Узбекистанские	42	50	8
Кыргызстанские	63	21	16
Таджикистанские	69	21	10
Туркменистанские	29	53	28

Примечание: было опрошено 204 эксперта из пяти республик.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Центральная Азия, регион, история, религия, этнос, тенденции, планирование, организованное размещение, путевки, трансграничное сотрудничество, политика, эксперты.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Как развивался туризм в Центральной Азии в советский период?
2. Каково состояние туристской сферы региона в настоящее время?

3.2. ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ИМИДЖ КОЧЕВНИКОВ, ГАСТРОНОМИЯ И ФОЛЬКЛОР

Концептуальные подходы развития туризма в Казахстане. Правительство Казахстана 6 марта 2001 года одобрило Концепцию развития туризма, которая предполагает формирование целостной государственной политики в сфере туризма, создание правовых, организационных и экономических основ формирования в республике современной конкурентоспособной индустрии туризма. Нужно заметить, что историческими предпосылками туризма в этой стране являются становление и развитие Великого шелкового пути, начало формирования которого относится к третьему тысячелетию до н.э.

До обретения Казахстаном независимости туризм, как и все другие отрасли экономики, был жестко регламентирован центром. Основными регионами туристской деятельности в СССР были Кавказ, Крым, Прибалтика, исторические центры России, Средней Азии. В то же время историческая значимость целого ряда архитектурных, археологических, культурных памятников и природных достопримечательностей Казахстана фактически не рекламировалась и оставалась невостребованной. Туризм в советский период представлял собой один из элементов системы культурно-просветительной работы, выполнявшей идеологическую функцию и, несмотря на ее доминирующую роль, финансировался по остаточному принципу и не имел существенной экономической значимости.

Одной из причин неразвитости индустрии туризма в Казахстане является то, что на государственном уровне ею не занимались целенаправленно как отраслью экономики. Не уделялось внимание комплексному прогнозированию, долгосрочному планированию, территориальной организации туризма и негосударственным туристским структурам. Фактором, тормозящим развитие отрасли, является также непризнание туристской деятельности приоритетом со стороны местных органов управления, несмотря на то, что большая часть доходов от туризма поступает в местный бюджет.

С обретением независимости в Казахстане была заложена основа для регулирования туристской деятельности и возрождения исторического и культурного наследия народа. На сегодня развитие туризма обеспечивается Законом Республики Казахстан "О туризме" от 3 июля 1992 года № 1508-XH, Указами Президента Республики Казахстан "О реализации Ташкентской декларации глав тюркоязычных государств, проекта ЮНЕСКО и Всемирной Туристской Организации по развитию инфраструктуры туризма на Великом шелковом пути в Республике Казахстан" от 30 апреля 1997 года №3476 и "О Государственной программе Республики Казахстан "Возрождение исторических центров Шелкового пути, сохранение и преемственное развитие культурного наследия тюркоязычных государств, создание инфраструктуры туризма" от 27 февраля 1998 года №3859. Принятие этих документов положительно сказалось на развитии казахстанского рынка туризма.

Одним из шагов к развитию международных отношений в сфере туризма стало вступление республики в 1993 году в качестве действительного члена во Всемирную Туристскую Организацию, заключение международных соглашений о сотрудничестве в области туризма. Следует отметить, что ряд соглашений инициируется правительствами иностранных государств, находя Казахстан перспективным партнером, обладающим богатым туристским потенциалом. По данным Национального агентства по статистике в 1999 году в стране функционировало 425 туристских организаций, из них 6 предприятий государственной, 405 - частной формы собственности и 14 иностранных туристских агентств. Казахстанскими предприятиями установлены договорные отношения с туристскими фирмами 80 стран. 4 алматинских и 13 областных турфирм осуществляют чартерные авиарейсы в 8 государств.

Наиболее развитой является сеть туристских фирм в Алматинской, Восточно-Казахстанской, Карагандинской, Павлодарской, Южно-Казахстанской областях, а также в городах Алматы и Астане. Туристскими организациями этих областей и городов обслуживается до 88% туристов и экскурсантов ежегодно. В целом предприятиями всех форм собственности в 1999 году было реализовано продукции, выполнено работ и оказано услуг на сумму 2410,5 млн. тенге[71], в том числе, государственными туристскими предприятиями на сумму 57,3 млн. тенге, частными - 2,29 млрд. тенге, иностранными фирмами - 54,7 млн. тенге.

Доля налогов и сборов от туристской деятельности в общих поступлениях в бюджет республики составила в 1998 году 0,1%. В 1999 году форма статистического учета не предусматривает сбор этих данных.

[71] На март 2004 года $1 = 148 тенге.

В 1999 году наблюдается тенденция роста удельного веса туризма в ВВП страны по сравнению с 1998 годом, который составил 1,1%.

Всего за 1999 год туристскими организациями было обслужено 228,3 тыс. туристов, услугами туристских фирм Казахстана воспользовались 55,9 тыс. иностранных граждан, что на 20,9 тыс. или 60% больше по сравнению с 1998 годом. В 1999 году из общего объема обслуженных туристов отправка туристов за рубеж составила 45%, на внутренний туризм пришлось 30%, на прием иностранных туристов - 24%, экскурсионное обслуживание -1 %.

Наиболее посещаемые туристами Казахстана страны: Россия, Китай, Германия, Республика Корея, Польша, Турция, ОАЭ. Республику чаще всего посещают граждане России, Китая, Германии, Республики Корея, Пакистана, Польши, Турции.

Анализ туристской деятельности показывает, что подавляющее большинство турфирм занимается выездным туризмом, а это, в первую очередь, приводит к оттоку капитала из Казахстана. Только в 1999 году $57,1 млн. было вывезено за пределы республики. Поездки за границу граждан республики с целью приобретения товаров для последующей их реализации по прежнему носит массовый характер, а шоп-туризм стал выразителем состояния рынка туристских услуг Казахстана. Он вызвал в период экономического кризиса оживление спроса на туристские услуги, оказав существенное влияние на рост туристских фирм, чаще всего осуществлявших, из-за недостатка соответствующего опыта и квалифицированных кадров, только посреднические услуги между туристами и "чартеродержателями". "Челночный" бизнес на одну четверть наполняет товарами потребительский рынок Казахстана и в целом с системой сбыта и реализации обеспечивает занятостью около 150 тысяч человек. Ежегодно объем "челночной" торговли во внешнеторговом обороте Казахстана составляет примерно $2 млрд.

В то же время шоп-туризм оказывает негативное влияние, прежде всего, на бюджет страны. Подъем шоп-туризма как одного из секторов туристского бизнеса не оказал существенного влияния на повышение уровня туристского обслуживания.

Эксперты считают, что Казахстану необходимо увеличить поток иностранных туристов. В этих целях требуется переориентация деятельности турорганизаций на развитие въездного туризма, что, в первую очередь, зависит от состояния транспорта, средств размещения, кадрового обеспечения.

Несколько скудны данные о состоянии туризма в Казахстане у Всемирной туристской организации. Так, таблица № 3.11 отражает лишь часть информации, связанной с состоянием туристической индустрии республики.

Таблица № 3.11. Статистика туризма Казахстана за 1997-2001 годы (данные Всемирной туристской организации)

	Показатели	1997	1998	1999	2000	2001
	ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Inbound tourism)					
1	Прибытия, тыс. человек					
	Посетители, всего	284	257	394	1683	2693
	Туристы (суточные посетители)	...	...	...	1471	1845
	Многодневные посетители	...	...	...	212	848
	Пассажиры круизных судов	...	...	...	...	...
2	**Прибытия по регионам, тыс. человек:**					
	Африка	...	...	...	...	2
	Америка	...	...	...	18	19
	Европа	...	...	...	1584	2585
	Восточная Азия и Тихоокеанский регион	...	...	...	69	69
	Южная Азия	...	...	...	9	10
	Ближний Восток	...	...	...	2	2
3	**Прибытия из государств Центральной Азии, тыс. человек:**					
	Кыргызстан	...	...	...	506,286	1367,37
	Таджикистан	...	...	...	27,665	49,719
	Туркменистан	...	...	...	2,2255	5,324
	Узбекистан	...	...	...	859,033	877,657
4	**Прибытия по транспорту, тыс. человек:**					
	Авиационный	...	...	...	...	...
	Железная дорога	...	...	...	...	...
	Автотранспорт	...	...	...	...	...
	Морские суда	...	...	...	...	...
5	**Прибытия по целям, тыс. человек**					
	Досуг, развлечение и праздники	...	...	...	...	...
	Бизнес и служебная командировка	...	...	...	...	...
	Другие	...	...	...	...	...
6	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	281	304
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Среднее время пребывания иностранных туристов, ночей	...	...	...	...	...
7	**Туристические расходы в стране пребывания, млн. долларов США**	289	407	363	356	396
8	**МЕСТНЫЙ ТУРИЗМ (Domestic tourism)**					
	Размещение и время пребывания:					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных	...	...	...	941	1056

	средствах размещения, тыс. ночей					
	Суточное пребывание во всех типах средств	...	...	...	...	...
	размещения туристов, тыс. ночей					
	ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Outbound tourism)					
9	Количество отправлений за границу	419	502	398	1247	2294
	Туристические расходы в других странах,	445	498	394	408	474
	млн. долларов США					
	ТУРИСТИЧЕСКИЕ АКТИВЫ					
10	**Отели и аналогичные средства размещении**					
	Число номеров в отелях	2298	1724	2996		...
	Число койко-мест	5088	3896	6092	...	...
	Процент загрузки номеров	...	...	...	...	...
	Наибольший показатель пребывания, ночей	...	...	...	...	...
	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАНЫ					
11	**Валовой национальный продукт,**	21,207	20,894	19,327	18,793	20,146
	млрд. долларов США					
12	**Внешняя торговля, млрд. долларов США**					
	Экспорт (F.O.B.)	6,497	5,436	5,598	9,126	8,647
	Импорт (C.I.F.)	4,301	4,350	3,687	5,051	6,363

Транспорт. Сегодня международные авиалинии Казахстана позволяют осуществить полеты в Германию, Индию, Объединенные Арабские Эмираты, Турцию, Италию, Республику Корея, Венгрию, Израиль, Китай, Таиланд. Авиаперевозки осуществляются национальным перевозчиком "Эйр-Казахстан" и другими авиакомпаниями, работающими на внутреннем и международном рынках. Большинство туристов в плане сервиса и надежности предпочитает услуги иностранных перевозчиков, что влечет за собой снижение пассажиропотока на авиарейсах, совершаемых отечественными перевозчиками. К тому же, высокая стоимость авиабилетов увеличивает стоимость турпродукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке.

Автомобильный транспорт используется для организации шоп-туризма в приграничные государства и в экскурсионных маршрутах. Однако, его развитие целиком зависит от состояния дорог и наличия надлежащего технического обслуживания туристских транспортных средств. Автобусный парк республики находится в запущенном состоянии, к тому же практически не имеет современных комфортабельных автобусов, что не позволяет поддерживать высокий уровень обслуживания туристов.

Основной железнодорожный перевозчик Республиканское государственное предприятие "Казакстан темир жолы" совершает

пассажироперевозки по 14 маршрутам. По железным дорогам Казахстана транзитом курсируют пассажирские поезда Кыргызстана, Узбекистана, России, Таджикистана и Туркменистана.

В будущем необходимо обратить внимание на развитие общественного экологически чистого туристского транспорта.

Средства размещения. Одним из самых серьезных ограничительных факторов в туристском бизнесе являются низкие возможности материальной базы индустрии туризма. В настоящее время 11 вместимость в гостиницах, турбазах, кемпингах и других объектах размещения в республике составляет 35 % загрузки. К тому же, число гостиниц в стране по сравнению с 1997 годом снизилось на 40%, а единовременная вместимость койко-мест соответственно - на 30%.

За последние пять лет закрылось 605 гостиниц, в 1999 году в республике функционировало 205 гостиниц, номерной фонд был загружен всего на 15%.

Главной причиной предоставления некачественного туристского продукта в областных центрах зарубежным посетителям является отсутствие гостиниц соответствующего класса, а имеющаяся гостиничная база изношена на 80 процентов, часть гостиниц находится в упадочном состоянии и на грани банкротства, так как была построена в 60-х годах.

Анализ показывает, что наибольшую рентабельность имеют гостиницы туристского класса (2-3-звездные или малые и средние гостиницы).

Кадровое обеспечение. Одной из ключевых проблем развития туризма является подготовка туристских кадров. В настоящее время в Казахстане с учетом государственных, частных и российских филиалов насчитывается 28 вузов, ведущих подготовку менеджеров туризма. Хотя началу такой подготовки в Казахстане было заложено в 1992 году, кадровое обеспечение туристской отрасли до сих пор остается неудовлетворительным. В большинстве вузов основной причиной этого является недостаточный уровень знаний преподавательского состава о туристском потенциале Казахстана и опыта работы в туристской отрасли. Как следствие, подготовка специалистов ведется без достаточного учета содержания отечественных туристско-рекреационных ресурсов, технологий их использования для приема туристов и методики адресного рекламирования туристских услуг среди потенциальных клиентов. Поэтому значительная часть выпускников вузов не в состоянии в полной мере выполнять туроператорские функции.

Казахстанский туристский продукт и его потенциал. Туризм как отрасль народного хозяйства производит продукт, который должен соответствовать рыночным категориям спроса и предложения. В этом

отношении следует разграничить международный рынок, ориентированный на зарубежного потребителя и внутренний рынок, предназначенный для граждан Казахстана.

Международный туристский рынок сегодня представляет собой гигантский механизм с многомиллиардным оборотом и ожесточенной конкурентной борьбой, поэтому первоочередной задачей становится определение туристского продукта, который имеет присущие только Казахстану особенности и будет востребован. От этого зависит в каких сегментах рынка казахстанский турпродукт будет иметь наилучшие перспективы.

На основе проведенного анализа с учетом рекомендаций ВТО и имеющегося опыта можно выделить два базовых компонента казахстанского турпродукта: культурный туризм на Шелковом пути (паломнический и традиционный) и тесно связанный с ним экоприключенческий туризм (сафари, рафтинг, орнитологический, треккинг, альпинизм, охота, рыбалка). В этом отношении следует выделить регионы, имеющие ресурсы для экоприключенческого туризма, через которые пролегает маршрут Шелкового пути: Алматинская, Жамбылская, Южно-Казахстанская, Восточно-Казахстанская, Акмолинская области.

В соответствии с указанными приоритетами определены следующие районы и опорные центры первоочередного освоения:

1. Заилийский (г.Алматы, с.Тургень, г. Есик, г.Талгар, г.Каскелен. с. Узунагач, г.Капчагай).

2. Северо-Тянь-шанский (с.Кеген, с.Нарынкол, с.Жаланаш, с.Чунджа, с.Кольжат).

3. Жаркент-Талдыкорганский (г.Жаркент, с.Коктал, с.Бас-чи, г.Текели, г.Талдыкорган, курорт Жаркент-Арасан).

4. Балхашский (оз. Балхаш, с.Прибалхашье).

5. Северо-Жунгарский (с.Дружба, р-н оз.Алаколь, с.Лепсинск, р-н р.Лепсы, с.Жаркулак, с.Коктума, г.Сарканд, курорт Арасан-Капал).

6. Жамбылский (г.Тараз, с.Мерке, р-н Мойынкум).

7. Туркестанский (г.Туркестан, с.Турбат, с.Отрар, с.Шаульдер, с.Баба-Ата, г.Кентау, с.Шаян).

8. Сайрам-Шымкентский (г.Шымкент, с.Сайрам, г.Арысь, г.Чардара, г.Сары-Агаш, г. Ленгер, с.Ванновка).

9. Верхне-Бухтарминский (с.Катон-Карагай, с.Берель, курорт Рахмановские ключи, р-н оз.Маркаколь).

10. Мангыстауский (с.Фетисово, г.Актау, р.п.Ералиев-Курык).

Кроме того, высокой степенью привлекательности ландшафтов, доступностью, освоенностью территории в плане организации туризма характеризуются государственные национальные природные парки

(ГНПП), существующие и намечаемые к созданию, которые также следует отнести к объектам приоритетного освоения.

Национальные парки "Иле-Алатау", "Алтын-Емель" (Алматинская область), "Аксу-Джабаглы" (Южно-Казахстанская область), "Баян-Аул" (Павлодарская область). "Каркаралинский" (Карагандинская область), "Бурабай" и "Кокшетау" на базе Щучинско-Боровской курортной зоны, Государственный природный заповедник "Коргалжынский" (Акмолинская область).

Необходимо учитывать специфику туризма в центральноазиатском регионе. В сегментах Шелкового пути и приключенческого туризма основной поток зарубежных туристов нацелен на постоянное передвижение, причем в пределах всего указанного региона: Казахстан, Синьцзян-Уйгурский автономный округ (КНР), Кыргызстан, Узбекистан, Туркменистан.

Таким образом, казахстанский турпродукт может быть эффективно представлен на рынке только в составе комплексного центральноазиатского турпродукта, из чего вытекает следующее:

Во-первых, институциональные элементы турпродукта должны быть согласованы на межправительственном уровне.

Во-вторых, казахстанский турпродукт не должен уступать (по крайней мере, в соотношении цена/качество) турпродуктам наших соседей по региону.

Отличительной чертой казахстанского туристского продукта является сезонность его характера, что требует принятия определенных мер и развития альтернативных видов туризма в несезон.

Инфраструктура, соответствующая вышеуказанным сегментам, имеет определенные требования. Это должны быть простые, относительно недорогие некрупные (в пределах 25-100 мест) объекты размещения (стационарные и временные), расположенные на туристских маршрутах в экологически чистых местах, рассчитанные на пребывание клиентов на одном месте в течение 2-3 дней.

Определенные перспективы Казахстан имеет в сегменте бизнес-туризма. Это, прежде всего, города Алматы, Астана, Атырау. Геополитическое положение и природно-сырьевые ресурсы позволяют рассчитывать на увеличение количества бизнес-туристов, приезжающих в Казахстан по вопросам бизнеса и участия в международных конвенциях. Инфраструктура вышеуказанных центров в основном соответствует международным стандартам.

Город Алматы является стратегическими (воздушным, автомобильным, железнодорожным) воротами для республики и основная миграция происходит именно через этот город. Помимо удобных для проведения различных форумов зданий и гостиниц он имеет

все необходимое для отдыха и развлечений, кроме того, в радиусе 500 км расположены замечательные рекреационные зоны.

Астана становится такой же стратегической зоной. Всевозрастающий интерес к ней, как к молодой столице государства, имеющей современный облик и инфраструктуру, послужит стремительному развитию в городе международного и внутреннего туризма.

Важнейшей составляющей турпродукта является транспорт. В качестве средства доставки туристов в Казахстан главную роль играет авиасообщение. Поэтому чрезвычайно важным вопросом является развитие и усиление позиций на рынке национального авиаперевозчика. Необходима нейтрализация эффекта падения конкурентоспособности национальных авиалиний путем открытия рейсов по аналогичным маршрутам.

Учитывая обширность территории республики, большое значение имеет надежное автобусное сообщение и железнодорожный транспорт, так как туристы-индивидуалы, которые составляют большую часть указанных сегментов рынка, предпочитают самостоятельное передвижение на автобусах и поездах.

Внутренний туристский рынок в большинстве развитых в туристском плане странах приносит от 30% до 50% общего дохода от туризма. В этом отношении Казахстан имеет хорошие перспективы. В то же время следует отметить, что сегодня внутренний туризм в основном является стихийным, неорганизованным. Исключение составляет деятельность немногих курортов, санаториев и туристских баз. Из-за отсутствия должного внимания развитию этого вида туризма, бюджет государства недополучает огромную сумму, продолжает разрушаться инфраструктура, наносится серьезный ущерб экологическому состоянию природных, культурных и исторических памятников.

Большой экономический потенциал представляет развитие социального туризма, субсидируемого из источников внебюджетного финансирования, в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации и фонды оказывают социальную поддержку, как наименее обеспеченной части населения при использовании их права на отдых.

При этом инвалиды и престарелые, составляя все более многочисленную группу потребителей услуг индустрии путешествий и других видов отдыха, а также семьи с детьми, которые также становятся частью этого расширяющегося рынка индустрии туризма, не имеют физического доступа к большинству гостиниц, транспортных средств и туристских достопримечательностей. Таким образом, доступность

туристских ресурсов становится все более важным фактором в развитии туризма. Несмотря на увеличение числа туристов, к которому привело бы расширение доступа к туристским ресурсам и услугам, многие туроператоры пока еще не осознали значения принятию мер в этом отношении. Поэтому необходимо выработать четкую политику и стратегию содействия обеспечению доступности туристских ресурсов, поднять уровень специальной подготовки персонала в индустрии туризма, повысить информированность общественности о потребностях туристов с инвалидностью и о значимости туризма в социально-экономическом развитии.

Государственными и местными органами управления должна быть продолжена практика поддержки предприятий малого бизнеса, в том числе осуществляющих деятельность в сфере социального туризма. Должны поощряться благотворительность, меценатство и спонсорство в отношении социального туризма.

Развитие социального туризма, в том числе краеведческого, спортивного, самодеятельного, лечебно-оздоровительного, культурно-познавательного, экологического туризма, семейных путешествий, туризма пожилых лиц и инвалидов, молодежного и детско-юношеского туризма имеет большое воспитательное и патриотическое значение.

В решении всех этих вопросов первостепенную роль приобретают институциональные элементы формирования турпродукта.

Продвижение турпродукта с фирменным названием "Казахстан" требует не только четкого определения всех его компонентов и месторасположения в том или ином сегменте рынка, но подразумевает поиск наиболее эффективных каналов сбыта, выбор целевых рынков (например, рынков Англии, Германии, Японии и др.).

Цели и принципы государственной политики развития туризма. Целью развития туризма, по мнению казахстанских экспертов, является:

- превращение туризма в доходную отрасль экономики путем создания высокорентабельной индустрии туризма, способной производить и реализовывать качественный, конкурентоспособный в условиях международного туристского рынка продукт;
- увеличение туристского потенциала республики;
- сохранение и рациональное использование культурно-исторических и природно-рекреационных ресурсов;
- обеспечение доступности туристских ресурсов для всех слоев населения, максимальное удовлетворение потребностей в туристских услугах;
- стимулирование занятости населения;
- повышение эффективности взаимодействия государственных и частных структур в сфере туризма;

- развитие малого и среднего предпринимательства.

Развитие отрасли в республике будет осуществляться на основе следующих принципов;

- реализации права каждого человека на отдых и досуг;
- гуманности характера взаимопонимания и сотрудничества между народами и государствами, мира и уважения, соблюдения прав человека и основных свобод без различия расы, пола, языка и религии;
- справедливости и суверенного равенства, невмешательства во внутренние дела государств вне зависимости от их политических, экономических и социальных систем;
- бережного отношения к окружающей среде и культурному достоянию;
- социального равновесия и развития, повышения личного и общественного благосостояния;
- устойчивого развития туризма.

Для реализации поставленных целей, как считают эксперты страны, необходимо решить следующие задачи:

- активизацию государственной политики в области туризма;
- совершенствование системы регулирования туристской деятельности;
- дальнейшее развитие правовых, организационных и экономических основ индустрии туризма;
- защиту туристского рынка путем принятия антидемпинговых и других мер государственной поддержки;
- обеспечение безопасности туристов;
- формирование имиджа Казахстана как привлекательного туристского объекта:
- совершенствование системы информационного обеспечения;
- углубление научных исследований в области туризма;
- приведение методологии статистического учета услуг сферы туризма в соответствии с международными стандартами;
- стимулирование развития инфраструктуры туризма путем привлечения отечественных и иностранных инвестиций для реконструкции и строительства туристских объектов;
- улучшение качества обслуживания туристов на основе стандартизации, сертификации и лицензирования туристской деятельности;
- развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма;
- развитие международного сотрудничества в области туризма;
- обеспечение мер по охране окружающей среды, смягчение отрицательных социальных воздействий и сохранение культурного наследия;
- преодоление негативных тенденций в сфере туризма.

Основные направления развития туризма в Казахстане. В соответствии с целями и задачами определяются следующие основные направления развития туристской отрасли:

Государственное регулирование туристской деятельности. Совершенствование системы государственного регулирования в туризме требует новых подходов, более полно отвечающих изменившимся социально-экономическим условиям, целям, принципам и задачам осуществления туристской деятельности. Сегодня необходимо усилить роль государства в регулировании взаимодействий между органами исполнительной власти и организациями, действующими в сфере туризма. Централизованное управление отраслью возлагается на Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту.

Обеспечение успешной реализации комплексного развития туризма напрямую зависит от правильного выбора методов государственного регулирования отрасли. На настоящий момент государственное регулирование отрасли должно быть нацелено на осуществление следующих мер:

- координацию политики и планированию развития туризма на республиканском и региональном уровнях;
- обеспечение законодательной и нормативной правовой базы, направленной на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии:
- обеспечение зашиты и безопасности туристов, как неотъемлемой части качественного туристского продукта;
- совершенствование статистики и исследовательской деятельности;
- профессиональную подготовку кадров для туризма, включая разработку образовательных и учебных стандартов;
- обеспечение максимального уровня координации в сфере туризма между заинтересованными министерствами и ведомствами, а также между государственным и частным секторами;
- контроль за землепользованием и применением норм застройки в конкретных районах развития туризма;
- контроль за тарифами, лицензированием деятельности турорганизаций, перевозчиков, качеством туристских объектов и стандартом в обслуживании;
- формирование имиджа страны, определение приоритетных мероприятий по маркетингу и продвижению казахстанского туристского продукта, в том числе организация туристских выставок и других мероприятий;
- пропаганду среди населения ценностей туризма и охраны окружающей среды:
- создание благоприятных условий для развития социального туризма среди различных социально-демографических категории и групп населения;

- максимальное упрощение визовых и таможенных процедур;
- создание и охрану государственных туристских достопримечательностей;

создание важнейших базовых компонентов инфраструктуры туризма.

Развитие инфраструктуры туризма. Осуществляемое в республике реформирование социально-экономической жизни еще не затронуло в полной мере туризм и его инфраструктуры. Из-за слабой материальной базы туризма Казахстан теряет ежегодно миллионы долларов, что вызывает необходимость привлечения капитальных вложений в туристскую сферу, а также средства отечественных и иностранных инвесторов.

Для развития инфраструктуры туризма страны, способной обеспечить устойчивый приток туристов с учетом специфики национального туристского продукта, необходимо:

- развитие транспортно-дорожной инфраструктуры для общего пользования и для удовлетворения туристских потребностей;
- развитие сопутствующей инфраструктуры: водо-, электроснабжения, канализации и системы удаления твердых отходов, телекоммуникаций в имеющихся и потенциальных туристских зонах;
- создание туристских комплексов, этнографических музеев и зон отдыха;
- реставрация и музеефикация историко-культурных и этнографических памятников;
- разработка проектов и строительство туристских объектов, в том числе средних и малых средств размещения, с учетом обеспечения круглогодичного использования.

Разработка стратегии маркетинга. Существует необходимость в разработке стратегии маркетинга, которая должна строиться в соответствии с национальным туристским продуктом и потенциалом его развития.

В целях реализации стратегии маркетинга государством определяются следующие задачи:

- формирование в основных направляющих странах представления о Казахстане как о туристском центре, предлагающем качественные туристские услуги;
- разработка и осуществление маркетинговых мероприятий, основанных на отличительных характеристиках и преимуществах Казахстана;
- привлечение туристов с высоким уровнем платежеспособности, предоставляя для них дополнительные возможности;
- оказание поддержки частному сектору в его маркетинговой работе;
- усиление проникновения национального туристского продукта на традиционные генерирующие туристские потоки рынки Германии, США, Великобритании, Франции, России, Китая, Японии и др.;

- проведение исследований, нацеленных на выявление новых сегментов рынка;

- продвижение на мировой рынок всего диапазона туристских достопримечательностей объектов, имеющихся на территории страны;

- обеспечение сбалансированного распределения туристских потоков по регионам республики с учетом научно обоснованного пропускного потенциала;

- усиление сезонного продвижения туризма посредством применения маркетинговых и ценовых приемов, нацеленных на обеспечение равномерной загрузки туристской инфраструктуры в течение года:

- использование новых информационных технологий в продвижении национального туристского продукта;

- пропаганда устойчивого характера развития туризма.

Формирование туристского имиджа Казахстана. Казахстан практически не известен в мире как туристское направление, хотя его земли издавна обеспечивали связь между Китаем и Европой, будучи на протяжении столетий свидетелями многих исторических событий на участке Великого шелкового пути.

Создание привлекательного туристского имиджа Казахстана требует проведения соответствующего широкомасштабного комплекса мер.

Основными имиджевыми мероприятиями должны стать участие туристских фирм и агентств Казахстана в международных туристских выставках, ярмарках и конференциях, в том числе проводимых по линии ВТО, а также организация подобных мероприятий на территории Республики Казахстан. Важно развивать конгрессный туризм, который будет способствовать превращению Казахстана в центр общественных и культурных событий Евразии.

Международное сотрудничество в туризме осуществляется посредством участия в разработке и реализации проектов ЮНЕСКО и ВТО по Великому шелковому пути, заключения двусторонних и многосторонних соглашений с иностранными государствами.

Немаловажную роль в формировании туристского имиджа страны играет организация туристских информационных центров как в регионах республики, так и за рубежом. Должное внимание следует уделить использованию практики взаимодействия туристских организаций с дипломатическими представительствами Республики Казахстан за рубежом. Действенную помощь в рекламе туристского потенциала страны могут оказать национальный авиаперевозчик и другие транспортные предприятия.

Необходимо издание и активное распространение за рубежом высококачественных полиграфических и аудио-визуальных рекламных материалов о Казахстане. Привлечению туристов в Казахстан будут

способствовать краеведческие публикации, рекламно-издательская деятельность, в том числе туристских фирм и гостиниц. Особое внимание следует уделить использованию новейших информационных технологий, в том числе создание WEB-сайтов туристских фирм Казахстана в сети Интернет.

Наибольшую эффективность может принести организация ознакомительных поездок по Казахстану для туристских агентов и представителей средств массовой информации из стран, генерирующих туристские потоки.

Созданию благоприятного туристского имиджа будет способствовать проведение в Казахстане различных культурных, спортивных и туристских мероприятий на международном уровне.

Большое значение для формирования туристского имиджа Казахстана будет иметь упрощение порядка въезда, выезда и пребывания на территории республики иностранных граждан, визовых и таможенных процедур с введением в действие единой компьютеризированной системы учета.

Созданию имиджа гостеприимной республики будут также способствовать изготовление и установка в местах, наиболее часто посещаемых туристами, информационных табло и надписей, дублирующих русский, казахский текст латинской транскрипцией.

Стимулирование дальнейшего развития международного туризма в стране, усиление работы по презентации туристского потенциала государства на мировом туристском рынке включает в себя реализацию Плана мероприятий по формированию туристского имиджа Казахстана на 2000-2003 годы, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 26 октября 2000 года № 1604. Он включает многостороннюю деятельность по привлечению туристов в Казахстан и интеграцию страны в систему международного туристского рынка.

Обеспечение безопасности туристов. Безопасность - главный фактор, влияющий на развитие туризма, прежде всего на увеличение или уменьшение въездных потоков. Он напрямую зависит от политики государства, от мер, принимаемых турфирмами, а также от действий самого туриста.

Представление потребителю информации по обеспечению защиты и безопасности во время туристской поездки помогает ему воспринимать безопасность как неотъемлемую часть качественного туристского продукта, сопоставимого с другими товарами и услугами, в рамках которых безопасность и качество считаются важным элементом в контексте цены.

Государственные органы, туристские и международные организации предоставляют информацию о потенциальных угрозах туризму, таких как

природные бедствия, социальные беспорядки, террористические акты, серьезные сбои в работе транспорта, эпидемии и другие факторы, представляющие опасность для здоровья путешественников.

Подготовка кадров и научное обеспечение. Планирование людских ресурсов имеет особое значение в туризме -деятельности, связанной с обслуживанием, и успех которой в значительной степени зависит от качества кадров, работающих в этой отрасли.

Для формирования соответствующего эффективной туристской отрасли кадрового потенциала Казахстана необходимо:

- разработать государственный стандарт высшего профессионального образования по специальности "Туризм" нового поколения;
- высшим учебным заведениям, осуществляющим подготовку туристских кадров определить специализацию с учетом потребностей и степени развития различных направлений туристской деятельности;
- основной упор в обучении специалистов сделать на освоение ими отечественных туристских ресурсов, методов их использования, знание новейших информационных технологий, языковую подготовку;
- организовать подготовку туристского персонала первого уровня в средних специальных учебных заведениях;
- содействовать созданию в общеобразовательных учебных заведениях туристских классов, секций и кружков;
- восстановить ранее упраздненные республиканские и региональные станции детско-юношеского туризма;
- особое внимание следует уделить исследовательской работе, реставрации и инвентаризации туристско-рекреационных ресурсов по всей протяженности казахстанского участка Великого шелкового пути (1700 км).

Создание современной индустрии туризма невозможно без научного изучения проблем развития отрасли, структуры, механизма и закономерностей развития рынка туризма, а также создания систем научного обеспечения развития отрасли. Тем не менее, в Казахстане эти вопросы практически остались нетронутой "целиной" для исследователей экономики туризма.

Туризм до сих пор не воспринимается в теории национальной экономики как полноправная отрасль и предмет научного анализа. Неслучайно в республике по данной тематике крайне мало выпускается научной литературы. К тому же, еще с советских времен понятие "туризм" чаще ассоциируется в Казахстане со спортом и укреплением здоровья, чем с отраслью экономики, приносящей значительные доходы.

Прежде всего, необходимо организовать работу по инвентаризации и мониторингу рекреационных ресурсов Республики Казахстан. Для

научного обеспечения туризма как отрасли экономики, его прогнозирования и развития нужны соответствующие научные структуры. В качестве возможного решения проблемы предполагается организация научно-исследовательского института туризма.

Необходимо включить в перечень научных специальностей Высшего аттестационного комитета (ВАК) Министерства образования Республики Казахстан новые научные направления: "География туризма", "Педагогика и психология туризма", "Правовые основы туризма". Это позволит создать в республике контингент ученых и охватить научным изучением весь комплекс вопросов и проблем развития, организации туризма и управления им.

Следует унифицировать название специальностей как в номенклатуре ВАКа, так и в классификаторе Министерства образования и науки Республики Казахстан, что будет способствовать усилению стройности в проведении научных исследований и подготовке кадров для таких исследований. Необходимо также привести в соответствие туристскую специальность и специализации с тарификационными справочниками Министерства труда и социальной защиты Республики Казахстан.

Узбекско-казахские туристские контакты. Между странами подписаны следующие документы, касающиеся сферы туризма:

- Соглашение между правительствами республик Узбекистан и Казахстан об углублении сотрудничества в области культуры, здравоохранения, науки, образования, туризма и спорта от 10 января 1994 года;
- Соглашение между правительствами республик Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан о сотрудничестве в области развития санаторно-курортных, оздоровительных и туристических учреждений и организаций от 8 июня 2000 года.

Налажено воздушное, железнодорожное и автомобильное сообщения, функционируют таможенные и пограничные посты в официальных пунктах пропуска.

Модель. Таким образом, можно на основании вышесказанного отметить основные черты казахстанской модели туризма:

- интегрированность туристской сферы в рыночную среду, усиление частного сектора;
- формирование конкурентоспособного турпродукта и выход на мировые рынки;
- наличие государственной программы развития туризма, вовлечение в нее различных ведомств и территорий, научных и общественных структур;

- подготовка кадров на всех уровнях для туристской индустрии;
- инвестиции в инфраструктуру, в частности, гостиничное хозяйство и транспорт.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Казахстан, Шелковый путь, наука, технологии, кадры, политика, государство, неправительственный сектор, инвестиции, исследования, программы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Каково состояние туризма Казахстана в настоящее время?
2. Какие приоритетные направления избрала республика для формирования эффективной индустрии гостеприимства?
3. Дайте оценку казахстанской модели туризма.

3.3. «ЖЕМЧУЖИНА ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ»: КЫРГЫЗСКАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ

Модель "Жемчужина Центральной Азии". В связи с тем, что кыргызы издревле составляли кочевые племена, постоянно перемещающиеся с места на место, Кыргызстан не может похвастаться наличием множества исторических и архитектурных монументов. Но вместе с тем эта республика чрезвычайно богата своей самобытной историей и культурой, и порой это служит хорошим имиджем страны, привлекающим тысячи туристов из-за рубежа. В связи с этим государство проводит активную кампанию по продвижению Кыргызстана на мировом туристском рынке.

Как отмечает кыргызский эксперт Сергей Дудашвили, "наша страна располагает огромным туристским потенциалом, однако в год принимает лишь несколько десятков тысяч туристов из-за рубежа". С его слов, ежегодно туристы вывозят из республики свыше 100 млн. долларов, в то время как на въездном туризме зарабатывается не более 10 млн. Одной из причин такого положения является отсутствие развитой на достаточном уровне гостиничной базы. Из-за нее, по мнению Дудашвили, Кыргызстан несет убытки в размере нескольких десятков миллионов долларов. Особо много теряет Иссык-Кульский туристско-курортный комплекс, хозяйство которого характеризуется высокой степенью морального и физического износа, низким уровнем комфортабельности номеров, технологической отсталостью и узким ассортиментом предложений. Фактически, к моменту независимости Кыргызстана, республика располагала объектами туристской инфраструктуры, которая была ориентирована на дешевый и невысокий сервис для советских трудящихся и не могла быть интегрирована в мировую систему туризма.

С начала 90-х годов Кыргызстан стал уделять особое внимание формированию туристской индустрии. Одним из приоритетных направлений инвестиционной политики государства стало привлечение внешней помощи на развитие туризма. Всего за период с 1992 по 1999 годы в этот сектор экономики, в частности, на улучшение гостиничного хозяйства было привлечено кредитных средств под правительственные гарантии на сумму $16,28 млн., из них фактически было освоено $13,76 млн. Первым проектом стало строительство четырехзвездочной гостиницы "Ак-Кеме" (которая затем переименовалась отель "Пинара-Бишкек") в размере $8,7 млн.. В 1996 году эта гостиница на 400 мест была сдана в эксплуатацию и покрывала часть потребностей иностранных туристов в услугах средств размещения. Сейчас в "Пинаре-Бишкек" работает около 300 человек[72].

Вторым крупным проектом в сфере туризма является реконструкция гостинично-ресторанного комплекса "Ала-Тоо" за счет кредита немецкого банка KFW в сумме $6 млн. К 2000 году работы были выполнены на 55%, так как сумма кредита оказалась недостаточной для завершения реконструкции. Немецкой стороной было выделено дополнительно DM 3 млн. Ввод в действие ГРК "Ала-Тоо" состоялся в 2002 году.

В настоящее время правительством Кыргызстана проводится политика привлечения прямых инвестиций на развитие туризма без предоставления правительственных гарантий. Так, реконструкция гостиницы "Хаят" проводилась за счет прямых инвестиций американской компании "Хаят Редженси". Малайзийская компания выкупила гостиницу "Бишкек" с условием последующего вложения собственных средств в реконструкцию и развитие объекта, не перепрофилируя его для других целей.

С 1991 года началась приватизация и в сфере туризма. Было разгосударствлено 26 объектов из числа курортно-рекреационного комплекса, туризма, физической культуры и спорта. Только в Иссык-Кульской области было приватизировано 14 объектов туризма, в том числе 7 пансионатов, 3 коттеджа, база отдыха Кызыл-Суйского лицея, детский оздоровительный лагерь "Орленок" и дом отдыха "Геолог". В Ошской области – 4 объекта, в Чуйской области – 3 объекта, в г.Бишкеке – 4 объекта, в Жалал-Абадской области – детский лагерь "Барчын".

С 1994 года Кыргызстан является членом Всемирной Туристской Организации, участвует в международных туристских ярмарках. Правительство подписало соглашения о сотрудничестве в области туризма с 17 странами. В стране действуют 15 вузов, в которых готовятся кадры для туристической сферы.

Согласно официальным статистическим данным, за пять лет экономического развития валовой выпуск в сфере туристской деятельности

[72] Условия и ресурсы развития туризма в Кыргызской Республике. Мониторинг, выпуск 2. Центр экономических и социальных реформ при Министерстве финансов Кыргызской Республики, Бишкек, 2001, с.69

увеличился в 4,07 раза (это 6,5% от ВВП страны), а валовая добавленная стоимость в сфере туризма – в 3,57 раза. Доля сферы туристской деятельности составила 2,6% от ВВП Кыргызстана. В то же время оборот международного туризма, согласно данным Платежного баланса республики, поднялся в 3,09 раза (см. таблицу № 3.12). Таких темпов не имела ни одна отрасль Кыргызской Республики.

Благоприятный инвестиционный климат, созданный государством, позволил привлечь как иностранный, так и отечественный капитал. В 2000 году численность гостиничных предприятий составила 95 единиц, тогда как в 1996 году их насчитывалось всего 71. Между тем количество специализированных средств размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха и туристские базы) уменьшилось с 88 до 77 объектов. Экспертами объясняется данный факт влиянием рыночных отношений и санация (банкротство) неэффективных предприятий. В связи с тем, что основной упор в развитии национального и международного туризма в Кыргызстане был сделан на экологическую форму, то приоритет в инвестициях был также отдан формированию и развитию национальных природных парков, число которых за пять лет возросло в 2 раза.

Таблица № 3.12. Индикаторы развития туризма Кыргызской Республики за 1996-2000 годы

Показатели	1996	1997	1998	1999	2000
Валовой выпуск в сфере туристской деятельности, млн. сомов[73]	993,7	1347,8	1698,8	2655,5	4045,9
Валовая добавленная стоимость в сфере туристической деятельности, млн. сомов	454,2	597,6	713,8	1204,9	1623,7
Доля сферы туристической деятельности в ВВП, в процентах	1,9	2	2,1	2,5	2,6
Численность иностранных граждан, прибывших в Кыргызстан, человек	48601	87386	59363	48272	58756
Численность кыргызских граждан, выехавших за границу	47181	36723	32035	43736	15558
Экспорт и импорт по статье "туристские услуги (поездки)", млн. долларов США	10,0	10,8	11,9	24,8	30,9
Экспорт - всего	4,2	7,1	8,4	14,1	15,3
В том числе- в дальнее зарубежье	1,6	2,6	6,0	8,1	6,5
- в страны СНГ	2,6	4,5	2,4	6,0	8,8
Импорт - всего	5,8	3,7	3,5	10,7	15,6
В том числе:- из дальнего зарубежья	4,9	3,2	3,2	8,5	9,9
- из стран СНГ	0,9	0,5	0,3	2,2	5,7
Число гостиничных предприятий	71	69	88	78	95
Число специализированных средств размещения	88	88	75	76	77

[73] $1 = 48 5 кыргызским сомам

"Жемчужина Центральной Азии" (именно так ее именуют во многих туристических буклетах) привлекает все больше и больше внимание иностранных путешественников: только за пятилетие численность туристов, прибывших из-за рубежа, достигло 60 тыс. человек, а темп роста увеличился в 1,2 раза. Из этого числа 18,4 тыс. были граждане 74 стран мира (исключая СНГ), причем 81,8% прибыли с целью бизнеса, 17,7% - с целью туризма и 0,5% - по частным приглашениям. Естественно, за данный период экспорт туристских услуг (то есть продажа национального продукта на внешних международных рынках) возрос, соответственно

Таблица № 3.13. Показатели туристских ресурсов Кыргызской Республики за 1996-2000 годы

Показатели	1996	1997	1998	1999	2000
Среднегодовая численность работников сферы туризма, человек	6981	6931	6872	7208	6698
- гостиничное хозяйство	1345	1283	1264	1311	1364
- оздоровительные учреждения и учреждения отдыха	4756	4702	4638	4776	4204
- туризм	880	946	970	1121	1130
Оборот розничной торговли в сфере туризма, млн. сомов	386,2	526,3	558,2	897,9	1338,7
Платные услуги населению, млн. сомов:					
- туристско-экскурсионные	53,4	62,0	58,9	43,2	101,6
- санаторно-оздоровительные	31,5	35,6	52,3	125,7	183,0
- услуги гостиниц	43,1	58,0	87,3	229,6	275,5
Индекс потребительских цен на услуги в сфере туризма (декабрь к декабрю предыдущего года), в процентах:					
- услуги гостиниц	170,3	123,1	132,8	127,2	119,6
- туристско-экскурсионные услуги	126,9	108,1	136,3	138,5	114,7
- санаторно-курортные услуги	107,0	109,8	118,6	118,3	112,9
- воздушный транспорт	115,4	135,4	164,4	131,6	172,6
- железнодорожный транспорт	139,0	123,5	148,0	136,3	78,7
- городской пассажирский транспорт	135,6	128,8	104,8	157,6	101,3
Среднемесячная номинальная заработная плата работающих в сфере туризма, сомов:					
- гостиничное хозяйство	588,6	824	1373,4	1794,6	5896,3
- оздоровительные учреждения и учреждения отдыха	524,2	616,7	708,9	808,4	1280,3
- туризм	628,1	1046,9	1231,6	1885,0	1856,1
Основные туристские ресурсы (единиц)					
- музеи	13	14	15	15	15
- театры	30	35	35	39	39
- цирки	1	1	1	1	1
- национальные парки	3	5	5	5	6

до $15,3 млн. или в 3,64 раза. В свою очередь, отмечается тенденция снижения выезда граждан Кыргызстана за границу: в 2000 году доля таких составила 32% от общего числа выехавших в 1996 году.

Как отмечают кыргызские эксперты, доля услуг туризма в экспорте составила 2,67% от общего объема экспорта товаров и услуг, а импорта – 2,39%. Среднегодовая численность работающих в сфере туризма (имеются в виду юридические лица) достигла 6698 человек, подавляющее число которых приходилось на оздоровительные учреждения и учреждения отдыха – 62,7% (см. таблицу № 3.13). Что же касается среднемесячной заработной платы, то самая высокая ставка оказалась у сотрудников гостиничного хозяйства – около $130, в то время как среднемесячная номинально начисленная зарплата работающих в экономике составила 1176,6 сумов.

Между тем, Всемирная Туристская Организация имеет скудные сведения о развитии системы туризма в Кыргызстане, об этом свидетельствует таблица № 3.14. Скорее всего, Министерство спорта туризма и молодежной политики республики предоставляет в ВТО неполные сведения, а некоторые цифры становятся доступными через Международный Валютный Фонд, в частности, по показателям расходов иностранных граждан в Кыргызстане и кыргызских граждан за пределами страны.

Таблица № 3.14. Статистика туризма Кыргызстана за 1997-2001 годы (данные Всемирной Туристской Организации)[74]

№	Показатели	1997	1998	1999	2000	2001
	ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Inbound tourism)					
1.	**Прибытия, тыс. человек**					
	Посетители, всего	...	...	...	...	...
	Туристы (суточные посетители)	87	59	69	...	...
	Многодневные посетители	...	...	...	...	...
	Пассажиры круизных судов	...	...	...	...	...
2.	**Прибытия по регионам, тыс. человек:**					
	Африка	...	...	...	...	...
	Америка	...	1	3	...	...
	Европа	...	46	50	...	...
	Восточная Азия и Тихоокеанский регион	...	7	9	...	...
	Южная Азия		3	3	...	...
	Ближний Восток	...	...	...	...	...
3.	**Прибытия по транспорту, тыс. человек:**					
	Авиационный	...	59	...	...	...
	Железная дорога	...	...	...	...	...
	Автотранспорт	...	...	...	...	...
	Морские суда	...	...	...	...	...

[74] World Tourism, Madrid, 2003.

4.	**Прибытия по целям, тыс. человек**					
	Досуг, развлечение и праздники	...	8	...	...	...
	Бизнес и служебная командировка	...	50	...	...	...
	Другие	...	1	...	...	...
5.	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Среднее время пребывания иностранных туристов, ночей	...	...	...	...	...
6.	**Туристические расходы в стране пребывания, млн. долларов США**	7	8	14	15	24
	МЕСТНЫЙ ТУРИЗМ (Domestic tourism)					
7.	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Outbound tourism)					
8.	Количество отправлений за границу	...	32	...	...	...
	Туристические расходы в других странах, млн. долларов США	4	3	11	16	12
	ТУРИСТИЧЕСКИЕ АКТИВЫ					
9.	**Отели и аналогичные средства размещения**					
	Число номеров в отелях	...	...	...	...	...
	Число койко-мест	...	...	...	...	...
	Процент загрузки номеров	...	...	...	...	...
	Наибольший показатель пребывания, ночей	...	...	...	...	...
	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАНЫ					
10.	**Валовой национальный продукт, млрд. долларов США**	1,789	1,699	1,448	1,377	1,386
11.	**Внешняя торговля, млрд. долларов США**					
	Экспорт (F.O.B.)	0,604	0,514	0,454	0,504	0,476
	Импорт (C.I.F.)	0,709	0,842	0,6	0,554	0,468

Организационно-правовые условия дли развития туризма. Следует признать, что в Кыргызстане создан благоприятный климат для развития туризма. И дело не только в том, что 2001 год был объявлен правительством "Годом туризма", а следующий – "Годом гор", но и тем, что был проведен комплекс мероприятий, который позволил, во-первых, создать эффективную экономическую систему туризма, а во-вторых, либерализовать визовой режим. Так, в 1999 году был принят Закон о туризме, а также Постановление правительства "Об утверждении правил перемещения физическими лицами товаров и иных предметов через таможенную границу Кыргызской Республики". Еще ранее на правительственном уровне были изданы документы – "О Концепции развития туризма в Кыргызской Республике на период до 2000 года" и

"О государственной программе развития туризма в Кыргызской Республике до 2005 года", которые сыграли свою роль в развитии индустрии гостеприимства.

В дальнейшем государство все больше внимание уделяло туризму. Так, согласно Указу Президента Кыргызстана № 195 от 2 августа 1999 года, с 1 октября 1999 года были отменен разрешительный порядок выезда кыргызских граждан за границу, а с 1 января 2001 года - поэтапно введен безвизовый режим въезда в республику граждан государств-участников Всемирной Торговой Организации[75]. Туристическая виза выдается сроком на 1 месяц, но по уважительным причинам она может быть продлена до 2-х месяцев; частные визы предоставляются на 3 месяца и могут быть продлены до полугода. Что касается транзитных виз, то они обычно не превышают 5 суток. Стоимость транзитной и туристской визы составляет $30, но с детей в возрасте до 16 лет консульские сборы не взимаются.

В Кыргызстане существует также обыкновенная и учебная визы, которые выдаются сроком не более чем на год с возможностью ее ежегодного продления, но не превышающий общий срок 5 лет или срок учебного курса в конкретном учебном заведении. Введены также и инвестиционные визы, которые выдаются иностранным гражданам, которые вложили средства в объеме $20 тыс. и выше, – до 1 года, $100 тыс. и выше – до 3 лет, $200 тыс. и выше – до 5 лет. Хотелось бы отметить, что туристические организации, имеющие референц-номера, обладают льготным правом непосредственного обращения в загранучереждения Кыргызской Республики с целью оформления визы. Граждане развитых стран мира могут получить визы на основании личных обращений на срок до 1 месяца.

2 февраля 2001 года было принято правительственное Постановление "О программе мероприятий по развитию туризма в Кыргызской Республике до 2010 года", в котором юридически создавался благоприятный инвестиционный климат.

В частности, иностранные и совместные предприятия, осуществляющие деятельность по приему туристов, были освобождены от налогов на прибыль в течение пяти лет с момента получения прибыли, приравняв ее к экспорту услуг. Были снижены ставки налога на прибыль по истечении пятилетнего срока освобождения от уплаты налогов до 10%. Интересен и другой подход в стимулировании турдеятельности: предприятия освобождаются от налогов на сумму, задекларированную юридическим или физическим лицом как спонсорская поддержка историко-культурному объекту на территории республики.

[75] Туризм Кыргызстана. Бишкек, Раритет, 2000, с.41.

Правительственным организациям рекомендовалось разработать систему предоставления налоговых льгот для предпринимателей, работающих в системе туризма и реинвестирующих собственные средства в развитие туристической инфраструктуры (строительство гостиниц, туристических баз, приобретение транспорта и специального оборудования и т.д.).

В 2001 году была отменена система лицензирования туристской деятельности, что положительно сказалось на ситуации в туристской индустрии. Как отметила сотрудница Госкомтуризма, спорта и молодежной политики Замира Ажигулова, лицензирование часто вело к коррупции, а ее отмена упростила работу турпредприятий. Теперь юридическому лицу, желающему заняться туристским профилем, необходимо пройти регистрацию в Министерстве юстиции, а физическому лицу – зарегистрироваться в органах статистики и получить патент. Министерство финансов Кыргызстана объявило о снижении ставки подоходного налога с 30 до 10%. Упрощенный режим въезда позволил туристам, принявшим мгновенное решение посетить Кыргызстан, уплачивать стоимость визы уже в аэропорту республики, причем со снижением с $70 до $30. С момента прибытия в страну автоматически происходила регистрация туриста и не требовалось последующей регистрации в системе МВД, которая ранее вызывала нарекания со стороны кыргызских граждан, приглашавших гостей по частной визе, или самих иностранных туристов. "Этим самым мы лишили источника коррупции в правоохранительной системе", - отметила г-жа Ажигулова.

Конечно, государственный контроль за ситуацией в системе туризма остается. Например, Министерство здравоохранения дает рекомендации туристским предприятиям республики, какие зоны нельзя направлять отечественных и иностранных туристов в связи со сложной эпидемиологической обстановкой. Проводится также стандартизация туристских услуг, и туроператор не может осуществлять деятельность, если его услуга, маршрут, турпродукт не сертифицирован государством.

Несомненно, Кыргызстан обладает уникальными природными и культурными ресурсами, что дает республике возможности для становления туризма как одной из приоритетных сфер экономики. "Экологический туризм является в настоящее время приоритетным и самым эффективным направлением индустрии гостеприимства, - отмечает Анара Токтогулова, эксперт ТАСИС. – Многочисленность климатических зон республики и разнообразие тепловых поясов на небольшой территории предоставляет потенциальным туристам возможность сменить несколько сезонов. Горно-долинный характер рельефа привлекателен для различных категорий туристов –

альпинистов, ученых, любителей экстремального и приключенческого туризма. Богатство и разнообразие водных ресурсов, в ряду которых выделяется уникальное озеро Иссык-Куль, создает предпосылки содержательного отдыха для широкого круга путешественников. Наличие минеральных и термальных источников, лечебных грязей открывает возможности для развития оздоровительного туризма".

"Большой интерес представляет флора и фауна страны", - добавляет сотрудник туристской фирмы GreenTour Kyrgyzstan Айгуль Апушева. – Наш "зеленый" турпродукт пользуется спросом у зарубежных визитеров. Хотелось бы сказать, что экологический туризм связан и с историей, этнографией, бытом кыргызского народа. Более пяти тысяч исторических и культурных памятников представляют особый научно-познавательный интерес. Во всех регионах сохранились различные народные традиции и обычаи, составляющие основу этнографического туризма".

Природные и историко-культурные ресурсы Кыргызстана определяют и разнообразные виды туристской деятельности (см. таблицу № 3.15), эффективность которой во многом зависит от того, как организована эта деятельность.

Таблица № 3.15. Ресурсы развития туризма и туристский продукт

Ресурсы	Возможные виды туристской деятельности (туристический продукт)
Горы	Треккинг, Спелеотуризм, Альпинизм
Водные и минеральные источники (озера, реки, источники, соляные пещеры, водопады)	Экотуризм, Туризм с целью образования, Курорты, Водный туризм
Шелковый путь	Исторический, Археологический , Конный
Реликтовые ореховые леса	Пешие и конные прогулки
Флора и фауна	Охота, рыболовство, Сбор гербариев и насекомых
Национальная культура и фольклор	Культурный туризм, Изучение местного уклада, Фольктуризм и гастрономия
Гостеприимство	Бизнес-туризм, Производство сувениров

Между тем, правительство Кыргызстана 15 марта 1996 года издало Постановление "О дальнейших мерах по упорядочению туристского

потока на территории Кыргызской Республики и предотвращению нанесения ущерба природным богатствам Кыргызстана". В нем утверждаются Перечень и Положение о туристских зонах Кыргызской Республики с ограниченным доступом альпинистов и туристов.

К туристским зонам с ограниченным доступом туристов и альпинистов относятся:

на территории Ак-Суйского района:

- долина реки Северный Инылчек в границах: водораздельная часть Сары-Джазского хребта от р.Сарыджаз до пика Семенова (5886 м), от пика Семенова до пика Хан-Тенгри, от пика Хан-Тенгри на восток по хребту Тенгри-Таг до Меридионального хребта, по Меридиональному хребту на юг до хребта Кок-Шаал-Тоо, по хребту Кок-Шаал-Тоо на запад до хребта Инылчек-Тоо, по хребту Инылчек-Тоо до р. Сарыджаз на запад и по реке Сарыджаз на север до хребта Сарыджазского;
- бассейн реки Ак-Суу, южнее метеостанции;
- бассейн реки Каракол, южнее лесничества;
- бассейны рек Джергалан и Кайынды.

На территории Джети-Огузского района:

- бассейн реки Джеты-Огуз, южнее курорта "Джеты-Огуз";
- бассейны рек Чон-Кызыл-Суу и Джукуу.

На территории Лейлекского, Баткенского районов:

- бассейны рек Коксу, Дугоба и Аксу в верховьях реки Шахимардан;
- бассейн реки Сох, южнее пос.Хайдаркан;
- верховья бассейна реки Исфара, в пределах бассейнов рек Каравшин и Кшемиш;
- бассейн реки Лейлек, южнее пос.Катран.

На территории Чон-Алайского района:

- бассейн реки Ачыкташ;
- район перевала Терс-агар и бассейн реки Каман-Суу.

На территории Чаткальского района:

- бассейн реки Чаткал.

На территории Базар-Коргонского района:

- бассейн реки Кызыл-Ункур.

На территории Аламудунского района:

- бассейн реки Ала-Арча южнее национального парка.

Устанавливается, что деятельность туристических предприятий, организаций и граждан, осуществляющих прием и обслуживание туристов и альпинистов в туристских зонах, допускается только при наличии у них лицензии на право ведения туристско-экскурсионной и альпинистской деятельности, выдаваемой Государственным комитетом Кыргызской Республики по туризму и спорту. За нарушения туристическими предприятиями и организациями норм и правил

лицензирования, положения о туристских зонах и визового режима с нарушителей будут взиматься штрафы в соответствии с законодательством об административных правонарушениях и их группы будут выдворяться с территории туристских зон.

Районные государственные администрации, на территории которых расположены туристские зоны с ограниченным доступом туристов и альпинистов, включенные в вышеназванный Перечень, Министерство охраны окружающей среды, Государственное агентство по лесному хозяйству не имеют права заниматься вопросами допуска туристов и альпинистов в указанные зоны, а также вопросами, относящимися к туристско-экскурсионной и альпинистской деятельности, находящихся исключительно в компетенции Министерства туризма и спорта.

Организация туризма. Система туризма в стране регулируется государственными и негосударственными организациями.

Правительственная структура. В 2000 году был создан Государственный Комитет по туризму, спорту и молодежной политике, отвечающий за разработку политики и поддержку регуляторных структур в области развития туризма. Комитет выполняет следующие функции:

Проведение анализа, составление прогнозов, определение приоритетов в развитии туристской инфраструктуры и разработка инвестиционной политики совместно с министерствами, другими государственными комитетами и агентствами;

Содействие организациям в предоставлении услуг для туристов, в том числе страхование жизни и здоровья, изготовление сувениров, предметов народного творчества и прикладного искусства, оборудования для занятия спортом и восстановления сил;

Повышение интереса туристских организаций;

Организация и проведение международных и национальных выставок, ярмарок и фестивалей для рекламы туризма;

Поддержание связей с туристическими организациями в СНГ и других странах;

Ведение общественной пропаганды для поднятия имиджа Кыргызской Республики и туризма.

Кыргызстан является членом Всемирной Туристской Организации (ВТО), межправительственной организации, основной целью которой является содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии. ВТО работает в тесном сотрудничестве с такими международными организациями, как например, ПРООН, по разработке

национальных туристских стратегий, ЮНЕСКО по сохранению наследия для туризма, и другими агентствами ООН, для которых туризм вносит вклад в устойчивое использование и развитие ресурсов.

Инвестиции в сферу туризма. Новый проект Закона «Об инвестициях в Кыргызской Республике» призван стимулировать как зарубежных, так и местных инвесторов. В него войдут статьи, предусматривающие инвестиционные преференции (налоговые, таможенные и другая поддержка правительства) в приоритетных отраслях, в число которых войдет и сфера туризма. Готовится публикация проекта Закона для широкого обсуждения в 2002 г.

Налогообложение в сфере туризма. Правительство сократило размер подоходного налога и налога на прибыль туристских предприятий с 30% до 10% (Закон Кыргызской Республики «О внесении изменений и дополнений в Налоговый Кодекс Кыргызской Республики» от 14 июля 2001 г. за №75 с 01.01.2002), что, без сомнения, должно положительно отразиться на развитии отрасли туризма в целом.

Пограничный и таможенный контроль. Достигнуты определенные результаты в совершенствовании системы пограничного и таможенного контроля при пересечении госграницы. В аэропорту «Манас» при содействии Международной Организации по Миграции (МОМ) внедрена автоматизированная электронная система первичного – вторичного погранконтроля. Аналогичная система монтируется в пункте пропуска «Торугарт», которая также будет подключена к единой информационной сети.

Упрощен порядок получения иностранными туристами пропусков и разрешений на въезд в зону пограничного контроля. Летом 2001 г. в аэропорту «Чолпон-Ата» развернут сезонный контрольно-пропускной пункт для авиарейсов по маршруту Алматы – Чолпон-Ата – Алматы, Ташкент – Чолпон-Ата – Ташкент. Пограничный контроль в Международном лагере «Иныльчек» осуществляется силами пограничной заставы Главного управления пограничной охраны Минобороны, расположенной неподалеку от альплагеря.

Также упрощена процедура прохождения таможенного контроля. В этих целях для туристов из других стран в аэропорту «Манас» создан «зеленый коридор».

В Государственной таможенной инспекции проведен ряд встреч и семинаров для туроператоров по таможенным процедурам, ведется работа по комплектации кадрами со знанием иностранного языка на уровне свободного общения. Подготовлены бланки единой пассажирской декларации на русском и английском языках. Во всех транспортных вокзалах установлены стенды с описанием порядка таможенного оформления на русском, кыргызском и английском языках.

Регистрация иностранных туристов. В части упрощения регистрации в органах внутренних дел иностранных туристов Министерством внутренних дел проделана определенная работа. В этих целях был разработан и утвержден совместный приказ МВД и Госкомитета по туризму, спорту и молодежной политике о внедрении «Сертификата для иностранного гражданина и лиц без гражданства». Сертификат предназначен для осуществления регистрации иностранных граждан-туристов принимающими организациями (туристическими фирмами, гостиницами, гостиничными комплексами и т.д.). Это сыграло свою положительную роль в увеличении потока туристов, в особенности следующих транзитом через республику.

В целом в деятельности силовых министерств и ведомств имеются положительные сдвиги. С личным составом подразделений, непосредственно контактирующих с иностранными гражданами, проведена разъяснительная работа и в целях повышения профессионального уровня все они приняли участие в обучающих семинарах.

Имеются также положительные сдвиги в решении визовых вопросов. Так в соответствии с ориентировкой Министерства иностранных дел загранпредставительства с апреля месяца выдают туристские визы гражданам высокоразвитых стран-членов ВТО при прямом обращении заявителя без согласования с Консульским управлением Министерства иностранных дел и наличия приглашения.

Медицинские и спасательные службы. Медицинское обслуживание иностранных туристов осуществляется в соответствии с Постановлением Правительства КР №346 «О медицинском обслуживании иностранных граждан» и Приказа №83 от 20.03.01 Министерства Здравоохранения КР, где предусматриваются определенные стандартные мероприятия. Иностранные туристы из дальнего зарубежья приезжают застрахованные, и на основании страховых полисов (международных) обслуживаются в медицинских учреждениях согласно договаривающихся сторон (страховых компаний).

С туристами из ближнего зарубежья дело обстоит иначе. Часто они приезжают без страховых полисов, и медицинское обслуживание в таких случаях производится согласно Договору между отправляющей и принимающей сторонами (туристическими фирмами), которые включают медицинское страхование в стоимость тура с этой целью. В настоящее время на территории КР осуществляет свою деятельность ряд страховых компаний. Первая неотложная помощь оказывается бесплатно, в дальнейшем лечение, госпитализация оплачивается туристами согласно утвержденному прейскуранту.

На территории КР действуют 9 мобильно-спасательных бригад, которые находятся в подведомственном подчинении МЭ и ЧС.

Реклама туризма в Кыргызстане. В целях проведения активной рекламно-информационной и маркетинговой деятельности по созданию имиджа Кыргызстана как страны благоприятной для развития туризма предпринят ряд продвигающих мероприятий. Например, в феврале 2001 г. в Бишкеке проведена презентация туристского потенциала Кыргызстана и услуг сферы туризма для посольств, представительств и международных организаций. Кыргызские посольства в США, Турции и Германии оформили специальный стенд под названием «Добро пожаловать в Кыргызстан». В марте 2001 г. посольство приняло активное участие в проведении презентации кыргызского павильона на Всемирной Берлинской туристской бирже "ITB-2001", на которой присутствовали многие немецкие и другие туристские организации.

Важным событием каждый год становится Международная туристическая ярмарка «Иссык-Куль». В мае 2001 г. в ней приняли участие 60 фирм, представляющих практически все пансионаты и дома отдыха на побережье озера Иссык-Куль. География участников широкая: Казахстан, Россия, Турция, Китай, Корея, Туркменистан, Пакистан, Иран. Многие участники ярмарки заключали договора по сотрудничеству.

В июле 2001 г. в Бишкеке была проведена выставка-ярмарка «Кыргызское наследие», в которой участвовали представители народного творчества всех областей республики.

Обучение в сфере туризма. Ведется активная работа по повышению квалификации и уровня подготовки кадров для туристской отрасли. В соответствии с программой «Года поддержки и развития туризма» Государственным комитетом по туризму практически во всех регионах республики проведены выездные координационные семинары-совещания, на которых были поставлены конкретные задачи по реализации Указа Президента и дальнейшему развитию туризма на местах.

Улучшение обслуживания и туристские стандарты. В целях повышения качества обслуживания туристов создан технический комитет по стандартизации ТК 18 «Санаторно-оздоровительные услуги и природные лечебные ресурсы».

Классификация и сертификация гостиниц и других средств размещения. Некоторые руководители туристских предприятий предлагают отменить стандарты и сертификацию вообще, называя это «пережитком времени», что это чревато развитием бюрократии, коррупции и, как итог, ухудшением предпринимательской среды. При этом основную долю стандартов, вводимых на территории Кыргызстана,

составляют межгосударственные стандарты, признанные государствами СНГ и Международной организацией по стандартизации ИСО. Для разработки стандартов, нормоконтроля, своевременности пересмотра и гармонизации с международными и европейскими стандартами в республике созданы технические комитеты. Стандарты регулируют взаимоотношения между поставщиками и потребителями и являются неотъемлемой частью договоров и контрактов на товары и услуги.

Основной поток туристов проходит через частные фирмы. По данным ГНИ от 9 ноября 2001 года на начало ноября 2001 года зарегистрировано 210 фирм. Соблюдение минимальных стандартов этими предприятиями крайне важно для оправдания ожиданий туристов.

Целями сертификации туристских и гостиничных услуг являются:

обеспечение безопасности услуг, соответствие требованиям санитарных норм и правил и другим нормативным документам;

повышение качества и конкурентоспособности услуг и обслуживания;

определение категории организации/исполнителя (для гостиниц и средств размещения).

Организации, вовлеченные в развитие экотуризма в Кыргызстане. Ряд национальных ассоциаций, международных и местных организаций принимают активное участие в развитии туризма в Кыргызстане.

Общественные туристские ассоциации

Ассоциация туроператоров Кыргызстана создана в 1996 году как объединение туристских фирм, занимающихся въездным туризмом. В 1999 году Ассоциация перерегистрирована и принят новый Устав. В нее входит 25 членов; имея штат только 2 человека, она представляет туркомпании, насчитывающие более 50 единиц штата.

Ассоциация туроператоров Шелкового Пути Кыргызстана создана в 1998 г. как объединение туристских фирм, занимающихся организацией программ путешествий по Великому шелковому пути. Это филиал центральноазиатской Ассоциации туроператоров Шелкового Пути.

Национальная ассоциация туризма создана в 1996 г. Объединяет как коммерческие туристские фирмы, спортивные организации, так и учебные заведения и физические лица. Цель – развитие туризма в Кыргызстане. В настоящее время никакой практической деятельности не ведет.

Федерация альпинизма и скалолазания Кыргызской Республики создана в 1957 г. Во время перерегистрации всех общественных организаций в 1997 году не перерегистрирована и в настоящее время юридическим лицом не является. Практической деятельности почти не проводит.

Каракольская ассоциация туризма создана в 1995 году. Объединяет туристские фирмы Иссык-Кульского региона. Цель – развитие туризма в Иссык-Кульской области, координация деятельности турфирм региона.

Ассоциация женских туристских фирм Кыргызстана – неправительственная организация. Создана в феврале и зарегистрирована в июле 2001 года. В настоящее время имеет 8 членов. Основная цель – содействие развитию туризма в Кыргызстане.

Международные туристские ассоциации

Ассоциация туроператоров Центральной Азии. Создана в 1997 году как закрытая организация, с 1998 года стала открытой. Основные цели этой организации – развитие туризма на Великом шелковом пути; представление и защита интересов туроператоров. Задачи: совместное продвижение туристского продукта фирм-участников на Мировом туристском рынке; осуществление совместной рекламной и иной информационной деятельности; проведение мероприятий по защите окружающей среды; разработка и реализация программ и инициатив по повышению уровня обслуживания туристов; сотрудничество с государственными, общественными органами и частными лицами, имеющими отношение к туристской деятельности на Великом шелковом пути; содействие в профессиональной подготовке кадров в туризме; оказание координационной, консультативной и организационно-методической помощи по ведению туристской деятельности на Великом шелковом пути; также другие задачи, способствующие достижению целей Ассоциации. В активе Ассоциации – совместные рекламные проспекты, участие в нескольких туристских ярмарках. Штаб-квартира находится в Бишкеке.

Международный союз альпинистских ассоциаций объединяет национальные альпинистские союзы. Федерация альпинизма и скалолазания Кыргызской республики была членом этого союза до 1997 года, когда была исключена за неуплату членских взносов.

Международные донорские организации

Программа Хельветас «Туризм на основе сообществ»

Хельветас – Швейцарская НПО, много лет предоставляющая помощь Кыргызстану. Одна из программ Хельветас - «поддержка малого бизнеса» - концентрирует деятельность на развитии туризма на местном и региональном уровнях и определенных видах обучения, предоставляемого новым компаниям, в том числе в туристской отрасли.

Хельветас предоставляет помощь в сфере туризма по программе «Туризм на основе сообществ» (СВТ). Программа СВТ проводится методом участия и поддерживает местные инициативы. Состоит из следующих этапов:

информационные встречи с группой заинтересованных лиц;
планирование семинара (4 дня);
создание групп СВТ (с координатором и согласованными рабочими системами);
специальные учебные мероприятия в области туризма;
помощь в координации и сетевой работе групп СВТ, например, система бронирования жилья;
запуск вспомогательных систем как НПО для будущего развития и координации групп СВТ на местах;
мониторинг и консультации.

ГТЦ (GTZ). Уже ряд лет ГТЦ активно работает в области развития туризма в Кыргызстане. Один из примеров их деятельности – исследование, целью которого является обоснование решений по стратегическим, плановым и инвестиционным мероприятиям, направленным на устойчивое развитие туризма в Иссык-Кульской области. Это изучение было согласовано с работой Ага-Хан (АКДН), в центре внимания которой были такие аспекты, как анализ общих экономических рамочных условий, учет потенциала рынка, характеристика землепользования и разработка стратегических принципов. Основной акцент в исследовании, проводимом ГТЦ в области туризма, сделан на конкретизации:

- общих рамочных условий и основных принципов устойчивого развития туризма;
- мероприятий, в которые потенциально можно было бы инвестировать средства в Иссык-Кульской области.

Данное изучение туристского сектора рассматривается как часть процесса развития туризма в Кыргызстане и Иссык-Кульской области в частности.

CAMP (центральноазиатская Программа Гор). Еще одна Кыргызско-Швейцарская программа CAMP имеет отношение к развитию горных регионов Центральной Азии (Кыргызской Республики, Таджикистана и Казахстана) в рамках Международного Года Гор 2002. CAMP осуществляет различную деятельность, в основном мелкомасштабную.

Один из особых видов деятельности на 2002 год – программа Дом Гор с акцентом на привлечение внимания к реальной жизни горных регионов, включая все ее аспекты (экологический, экономический, социальный и культурный). Дом Гор призван стать платформой для обмена опытом и развития инноваций, а также центром, с помощью которого гражданское общество сможет принять участие в решении вопросов, касающихся устойчивого развития горных регионов.

Программа Дом Гор проводит различные мероприятия:

- тематические выставки, посвященные вопросам устоичивого развития горных регионов (например, проведение фотовыставки,

посвященной истории землепользования в горных районах Центральной Азии);

- дискуссии и презентации по случаю тематических выставок;
- мероприятия общественного и поучительного характера (например, уборка мусора по берегам рек с участием молодежи);
- популяризация продуктов, производимых в горных районах, а также услуг (продуктов питания, предметов ремесел, туризма и т. п.);
- показ фильмов, снятых в горных районах Центральной Азии;
- музыкальные представления;
- различные конкурсы (например, конкурс рисунков среди школьников на тему «Видение устойчивого землепользования в горных регионах»);
- тематические семинары, лекции по вопросам, связанным с устойчивым развитием горных регионов;
- создание информационного центра.

В сентябре 2002 года пройдет конференция по подготовке к Международному Саммиту. Все эти мероприятия будут сопровождаться деятельностью по связям с общественностью, осуществляемой в тесном сотрудничестве со средствами массовой информации всех трех республик.

Прагма. Миссия Корпорации Прагма, Проекта развития малого и среднего бизнеса в Центральной Азии, заключается в продвижении процесса интеграции сектора МСБ в Центральной Азии в глобальную рыночную экономику. Проект стремится достичь поставленных целей посредством продвижения современной бизнес практики, передачи технических знаний и навыков и распространения существенной и практической информации, необходимой для принятия обоснованных и своевременных бизнес решений. Программа поможет менеджерам мелких туристских предприятий.

Узбекско-кыргызские отношения в области туризма. Туристские визы можно получить как в посольстве Узбекистана в Бишкеке, так и в посольстве Кыргызстана в Ташкенте. Действует воздушное сообщение, выполняемое авиаперевозчиками «Олтин Эйр» и «Узбекистон хаво йуллари». Между странами подписаны следующие документы, регулирующие туристские потоки:

- Соглашение между правительствами республик Узбекистан и Кыргызстан об углублении сотрудничества в области культуры, здравоохранения, науки, образования, туризма и спорта от 16 января 1994 года;
- Соглашение между правительствами республик Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан о сотрудничестве в области развития санаторно-курортных, оздоровительных и туристических учреждений и организаций от 8 июня 2000 года;

- Соглашение между правительствами республик Узбекистан и Кыргызстан о взаимных поездках граждан от 2 июля 2000 года.

Модель. Кыргызстанский опыт развития туризма являет[ся] уникальным в своем роде, и это обстоятельство позволяет говорить[о] национальной модели, чертами которой являются:

- интерес правительства к сектору туризм как основном[у], генерирующему занятость населения, инвестиции, приток валюты и доходы;
- демократические основы позволяют привлекать капитал, ресурс[ы], проводить реформы с укреплением частного сектора;
- создание новой формы туризма – СВТ, адаптированного [к] климатическим и общественным условиям республики;
- формирование позитивной нормативно-правовой базы туризма;
- усиление экологического фактора в системе гостеприимства;
- определение своей миссии в бренде «Великий шелковый путь»;
- укрепление соответствующей инфраструктуры;
- поддержание социально-культурной среды, являющей[ся] интересной для иностранных туристов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ПРАГМА, ГТЦ, Хельветас, экология, С[В]Т, правительство, программа, климат, горы, инвестиции, обучение, моде[ль], сельчане, природа, гастрономия, быт, уклад жизни.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характеризуется кыргызская модель туризма?
2. Каковы результаты развития индустрии гостеприимств[а] в Кыргызстане?
3. Какие организации заинтересованы в развитии туризма [в] Кыргызстане?

3.4. РЕСУРСНАЯ МОДЕЛЬ ТУРИЗМА ТАДЖИКИСТАНА: ГОРЫ, ТРАДИЦИИ И ПРИРОДА

Специфика развития таджикского туризма. Одной [из] возможностей экономического развития Республики Таджикист[ана] является развитие инфраструктуры туризма. Данной проблем[е] в настоящее время уделяется большое внимание со сторо[ны] правительства. Приняты ряд документов по стимулированию разви[тия] туристической индустрии в регионах, одним из которых являе[тся] Постановление от 2001 года "Об объявлении Балджуанского райо[на] зоной международного туризма". Этот документ предоставля[ет] огромные возможности туристическим фирмам организовать с[вой] бизнес в республике, инвесторам вложить капитал в туристическ[ий]

бизнес, и заинтересованным лицам включиться в организацию туров по Таджикистану.

Между тем, туристкую индустрию страны называют **ресурсной**, поскольку она в большей степени основана на природных и климатических условиях, и турпродукты носят явно специфический характер (экология, горы, климат). Известно, что почти всю территорию Таджикистана занимают горы (около половины страны лежит на высоте свыше 3000 м), относящиеся к системам Тянь-Шаня, Гиссаро-Алая и Памира и разделенные межгорными котловинами и долинами (Ферганская, Зеравшанская, Вахшская, Гиссарская и др.).

На больших высотах насчитывается более 11 тыс. ледников, крупнейший из которых — ледник Федченко (длиной 77 км). Территория очень сейсмична: слабые и средние подземные толчки регистрируются ежегодно. Главные реки Средней Азии берут начало в горах Таджикистана — Амударья, Зеравшан, Сырдарья, Вахш. Много озер, из них крупнейшие — Каракуль, Сарезское (глубиной более 500 м), Яшилькуль, имеется также ряд крупных водохранилищ.

Климат континентальный: январская температура в долинах колеблется около 0°, в высокогорьях опускается до -27 °С, июльская температура варьирует от 23 до 30 °С. Осадков на равнинах выпадает 150–300 мм в год, а выше 1000 м над уровнем моря — 700 мм и более (до 3000 мм в высокогорьях).

Очень богата флора Таджикистана — более 4,5 тыс. видов растений. В растительном покрове выделяют 4 основных высотных пояса: сухие степи и полупустыни в предгорьях, лиственные леса (грецкий орех, ясень, клен и различные кустарники) с примесью можжевеловых лесов — до высоты 3000 м, живописные луговые и степные травостои — до 3500 м, а выше — каменистые склоны с редкой травянистой растительностью. В засушливых районах Памира терескеновые и полынные пустыни часто поднимаются до 3500–4500 м над уровнем моря.

Не менее разнообразен и животный мир: 84 вида млекопитающих (джейран, волк, гиена, дикобраз, благородный олень, кабан, камышовый кот, архар, муфлон, винторогий козел, снежный барс), 346 видов птиц, 44 вида рептилий, более 10 тыс. видов насекомых. Многие виды являются очень редкими и охраняются в заповедниках Рамит и Тигровая Балка.

Среди других народов Средней Азии таджики выделяются своей древней историей и богатой культурой (государство Саманидов IX–X веков). На территории современного Таджикистана расположены древние города Пенджикент (известный с VI века), Ходжент, Ура-Тюбе (и поныне славящийся изделиями местных мастеров-ремесленников),

Исфара, Канибадам и др. Достоянием таджикской истории и культуры являются также архитектурные памятники городов соседнего Узбекистана (Самарканд, Бухара и др.).

В самом Таджикистане стоит отметить такие памятники, как Гиссарская крепость, мавзолей Ходжа Машхад, Аджина-Тепе с остатками буддийских монастырей VII–VIII веков. Широко известны средневековая таджикская поэзия, искусство книжной миниатюры, сохраняющиеся и поныне традиции ремесел (изделия из серебра, ковры, резьба по дереву и ганчу, гончарные изделия).

Экономика туризма. В настоящее время модель туризма страны основана на восстановлении прежних рекреационных возможностей. Особую опасность ныне представляют заминированные территории, от которых за 15 лет погибло и было ранено свыше 400 человек, и пока эти площади не вовлечены в хозяйственный оборот туризм будет испытывать определенные трудности в развитии. В таблице № 3.16 предоставлены данные ВТО об экономическом состоянии туристского сектора.

Таблица № 3.16. Статистика туризма Таджикистана за 1997-2001 годы (данные Всемирной Туристской Организации)[76]

№	Показатели	1997	1998	1999	2000	2001
	ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Inbound tourism)					
1	**Прибытия, тыс. человек**					
	Посетители, всего	2,1	3,2	4,5	7,7	5,2
	Туристы (суточные посетители)	...	...	1,6	3,8	3,5
	Многодневные посетители	...	...	2,9	3,9	1,7...
	Пассажиры круизных судов					
2	**Прибытия по регионам, тыс. человек:**					
	Африка	...	...	...	0,1	...
	Америка	0,3	0,4	0,4	0,8	0,9
	Европа	1,6	2,1	3,1	4,9	3,3
	Восточная Азия и Тихоокеанский регион	...	0,7	0,4	1,1	0,5
	Южная Азия	0,2	...	0,4	1,1	0,5
	Ближний Восток	...	...	0,1	0,1	...
3	**Прибытия из государств Центральной Азии, тыс. человек:**					
	Кыргызстана	0,055		0,011	0,065	0,015
	Казахстана	0,098		0,014	0,092	0,008
	Туркменистана	...	...	...	...	...
	Узбекистана	0,081	0,021	0,048	0,068	...
4	**Прибытия по транспорту, тыс. человек:**					
	Авиационный	...	...	0,7	2,3	1,0
	Железная дорога	...	...	...	...	...
	Автотранспорт	2,1	3,2	3,8	5,4	4,2

[76] World Tourism, Madrid, 2003.

	Морские суда	...	...	...	...	...
5.	**Прибытия по целям, тыс. человек**					
	Досуг, развлечение и праздники	...	3,2	4,5	7,7	5,2
	Бизнес и служебная командировка	...	...	...	...	...
	Другие	...	...	...	...	...
6.	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Среднее время пребывания иностранных туристов, ночей	...	...	...	...	...
7.	**Туристические расходы в стране пребывания, млн. долларов США**	...	...	0,1	0,1	0,1
	МЕСТНЫЙ ТУРИЗМ (Domestic tourism)					
8.	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Outbound tourism)					
9.	Количество отправлений за границу	...	...	4	6	3
	Туристические расходы в других странах, млн. долларов США	...	...	...	...	...
	ТУРИСТИЧЕСКИЕ АКТИВЫ					
10.	**Отели и аналогичные средства размещения**					
	Число номеров в отелях	255	255	345	345	345
	Число койко-мест	470	470	650	650	650
	Процент загрузки номеров	...	...	31,2	22,0	29,7
	Наибольший показатель пребывания, ночей	...	...	...	...	...
	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАНЫ					
11.	**Валовой национальный продукт, млрд. долларов США**	1,160	1,061	1,052	1,109	1,051
12	**Внешняя торговля, млрд. долларов США**					
	Экспорт (F.O.B.)	0,746	0,602	0,689	...	...
	Импорт (C.I.F.)	0,750	0,771	0,664	...	...

Следует отметить, что основная масса иностранных визитов в Таджикистан совершаются с целью отдыха и рекреации, знакомства с местными достопримечательностями, треккинга и скалолазания.

Активный туризм. Таджикистан располагает потенциалом для активных форм отдыха и путешествия. Эксперты рекомендуют такие, как треккинг, купание, рафтинг, прогулки на лошадях, этнографию и гастрономию (см. таблицу № 3.17). Основной сезон для пеших прогулок - с июня по сентябрь, хотя погода даже в это время может неожиданно меняться.

Большинство таджиков очень любит веселиться. Государственными праздниками являются Новый год (1 января), Международный женский день (8 марта), День труда и мира (1 мая) и День Победы – (9 мая).

Таблица № 3.17. Виды активного отдыха в Таджикистане

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Горные лыжи	S	S	S	S	N	N	N	N	N	N	S	S
Рафтинг	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Купание в озерах	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Весенний праздник Навруз величайший из праздников Таджикистана. Это исламский праздник уходящий корнями к языческим праздникам и включает традиционные игры, музыкальные и театральные представления, красочные ярмарки.

Важнейшее для мусульман событие – месяц Рамадан, который наступает в соответствии с лунным календарем. Это месяц, когда мусульмане постятся от восхода и до заката солнца. В конце Рамадана проходит Эйд-аль-Фитр – большой пир, знаменующий конец поста. Эйд-уль-Азха – пир жертвоприношения, когда люди приносят в жертву домашнее животное, готовят из него пищу и угощают родственников и бедных.

Узбекско-таджикские туристские связи. В столицах Узбекистана и Таджикистана функционируют посольства, которые выдают вьездные визы. Воздушного сообщения не существует с 1992 года. Подписаны следующие документы:

- Соглашение между правительствами республик Узбекистан и Таджикистан о взаимных поездках граждан от 16 мая 2000 года;
- Соглашение между правительствами республик Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан о сотрудничестве в области развития санаторно-курортных, оздоровительных и туристических учреждений и организаций от 8 июня 2000 года.

Туристская модель Таджикистана характеризуется следующими признаками:

- восстанавливающаяся после гражданской войны национальная экономика;
- слабые инвестиции в туристскую отрасль, замедленный процесс разгосударствления и приватизации в этом секторе;
- Уникальные природные возможности для горного и водного туризма;
- низкий уровень жизни, квалификации персонала, занятого в обслуживании туристов;
- недостаточное регулирование индустрии гостеприимства со стороны законодательства;
- частный сектор слабо вовлечен в туристкую индустрию.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инвестиции, уровень жизни, Памир, Душанбе, праздники, традиции, активный туризм, сальдо, миграция, природа, биоразнообразие, горы, альпинизм.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характеризуется туристская модель Таджикистана?
2. Как представлен активный туризм в Таджикистане?
3. Каковы экономические результаты развития туризма Таджикистана?

3.5. ТУРКМЕНСКАЯ СИСТЕМА ТУРИЗМА: ИЗОЛЯЦИЯ, РЕСУРСЫ И УНИКАЛЬНОСТЬ ПРИРОДЫ

Государственная политика в области туризма. Основным органом, проводящим государственную политику в области туризма, является Государственный комитет Туркменистана по туризму и спорту (Госкомтурспорт). Им определено шесть приоритетных направлений деятельности в области туризма:

первое – развитие и модернизация туристического обеспечения в Туркменистане;

второе – качественное развитие туризма (упрощение туристических формальностей, забота о здоровье туристов, обеспечение их безопасности, разработка правовой базы);

третье – обучение и повышение квалификации работников;

четвертое – меры по защите окружающей среды и охране историко-археологических памятников Туркменистана;

пятое – планирование, статистика и маркетинговый анализ. Реклама и информационная поддержка;

шестое – развитие сотрудничества и связей. Разработка документации.

Наиболее важные направления деятельности Комитета в реализации Государственной программы развития – защита и популяризация исторического и культурного наследия Туркменистана, развитие его туристического потенциала.

24 ноября 1995 года глава государства Сапармурат Ниязов подписал Закон Туркменистана о туризме, в котором регулируются правовые, экономические, социальные и организационные основы туризма и туристической деятельности на территории страны.

В законе утверждается, что государство через соответствующие органы разрабатывает и осуществляет политику в сфере туризма, направленную на возрождение и дальнейшее развитие историко-культурного наследия

Туркменистана, содействует развитию туризма как приоритетной отрасли экономики страны, создает благоприятные условия для туристической деятельности, устанавливает дополнительные льготы туристам.

Государство в лице уполномоченного Госкомтурспорта разрабатывает правовую базу в сфере туризма на территории Туркменистана в соответствии с международными нормами и правилами, содействует развитию международного сотрудничества в сфере туризма.

Организационной и финансовой основой развития туризма в Туркменистане, в вилоятах (областях) и городе Ашгабате, а также по отдельным направлениям туристической деятельности являются государственная и местные программы. Государственная программа развития туризма в Туркменистане утверждается Президентом Туркменистана. Местные программы являются организационной и финансовой основой развития туризма в вилоятах, этрапах (районах), городах. Они разрабатываются и утверждаются органами местной исполнительной власти, и в случаях необходимости их финансирования из Государственного бюджета представляются на утверждение в Кабинет Министров Туркменистана.

Органами, осуществляющими государственное управление в сфере туризма в Туркменистане, являются Кабинет Министров Туркменистана, Госкомтурспорта, органы местной исполнительной власти.

К ведению **Кабинета Министров Туркменистана** относятся:

- принятие нормативных актов Туркменистана, регулирующих общие вопросы в сфере туризма и туристической деятельности;
- заключение межправительственных соглашений в сфере туризма и определение механизма их реализации;
- содействие в реализации международных программ развития туризма;
- решение вопросов, связанных со стандартизацией, лицензированием и сертификацией в сфере туризма;
- создание условий для привлечения инвестиций в сферу туризма;
- определение и освоение перспективных зон с высоким туристическим потенциалом;
- реализация мер по обеспечению контроля и защиты окружающей среды, историко-археологических памятников;
- организация государственной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма;
- создание государственной системы научного обеспечения в сфере туризма и др.

К ведению **Госкомтурспорта**, согласно закону, относятся:

- осуществление государственной программы туризма в Туркменистане;

- обеспечение выполнения международных договоров и соглашений в сфере туризма, представление интересов Туркменистана в международных туристических организациях;

- разработка нормативов и определение государственных стандартов обслуживания туристов в Туркменистане;

- осуществление координационной деятельности и нормативно-методическое руководство органами управления туризмом, а также туристическими организациями;

- руководство представительствами за рубежом;

- осуществление в установленном порядке лицензирования туристической деятельности;

- контроль за соблюдением качества предоставляемых туристических услуг и выполнение условий лицензирования и сертификации в сфере туризма;

- осуществление подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, проведения научно-исследовательских работ в сфере туризма и др.

К **ведению органов местной исполнительной власти** в вилоятах, этрапах и городах в сфере туризма относятся:

- обеспечение реализации мероприятий по выполнению государственной программы развития туризма в Туркменистане;

- разработка и осуществление местных региональных программ развития туризма;

- контроль за соблюдением законодательства в сфере туризма;

- содействие укреплению материально-технической базы туризма на своей территории и др.

Юридические и физические лица, действующие в соответствии с Законами Туркменистана "О предприятиях" и "О предпринимательской деятельности", обязаны получить лицензию Госкомтурспорта на право занятия туристической деятельностью в Туркменистане. При этом порядок лицензирования определяется Президентом Туркменистана.

Туристический продукт, товар и услуги подлежат обязательной сертификации. По результатам сертификации туристическому предприятию (организации) выдается сертификат соответствия на каждый вид туристического продукта, товара и услуги, подлежащих сертификации. Порядок сертификации определяется правительством.

Права туристов на территории Туркменистана определяются законодательными актами, международными договорами. Туристы обязаны уважать установившийся политический, социальный, моральный и религиозный уклад и порядок, соблюдать действующее законодательство на территории Туркменистана. Кроме того, уважать порядок и проявлять понимание в отношении обычаев, верований и

поступков местного населения, а также в отношении охраны окружающей среды, культурного и исторического достояния народа.

Иностранные граждане, которые приобрели тур на поездку по территории Туркменистана, равно как и туристы-индивидуалы, приобретшие тур или без такового, и прибывшие в страну, пользуются правами и несут ответственность в соответствии с нормативными актами, регулирующими пребывание иностранных граждан на территории Туркменистана. Государство несет ответственность за права иностранных туристов как потребителей только при условии приобретения туров в предприятиях туристской индустрии, действующих на основе лицензии.

Между тем, правительство Туркменистана проводит изоляционистскую политику в сфере туризма. Во-первых, оно установило **квоту въезда** иностранных граждан, которое не должно, по некоторым данным, превышать одного миллиона человек. Это определено тем, что режим Сапармурада Ниязова опасается влияния демократических стран и возможного содействия оппозиционных движений в стране. За иностранными гражданами установлен строгий контроль со стороны правоохранительных органов. Политическая подоплека этого видна в речи Президента к руководству Комитета национальной безопасности Туркменистана в 2000 году, в котором было сказано, что следует ограничить въезд "нежелательных" лиц.

Еще ранее – в 1999 году Туркменистан вышел из Соглашения о безвизовом режиме стран-участниц СНГ, таким образом отгородившись от бывших партнеров по СССР. Получение **туркменской визы** сопряжено с огромными трудностями, и зачастую она не выдается журналистам, ученым, некоторым политикам и тем, которые имеют или могут иметь "неправильное" восприятие современного Туркменистана. Более того, государство ввело ограничение на выезд собственных граждан за пределы страны. До покушения на Президента С.Ниязова, которое произошло в 2002 году, покидать республику на короткое время могли люди, имевшие двойное гражданство, например, туркменское и российское. После этих событий такой порядок был усложнен, что привело к ограничению выезда жителей в качестве туристов.

Еще одна проблема – это контроль за **внутренней миграцией**, что также не способствует развитию местного туризма. Например, если житель г.Ашгабата намерен посетить Ташаузский вилоят, то он должен получить приглашение от местного жителя, заверенного в полиции, а потом, получив согласие от полиции г.Ашгабата, имеет право поехать в соседний регион. Как заявили в частном разговоре сотрудники туркменских турфирм, это зачастую дискредитирует внутренний туризм. Более того, эта отрасль стала чрезмерно политизированной и контролируется спецслужбами.

Туркменистан – это одно из государств Центральной Азии, в котором любая информация имеет гриф секретности, и получить статистику туризма затруднено. Всемирная Туристская Организация уже несколько лет не имеет никаких данных о динамике и объеме туристических прибытий в Туркменистан и деятельности туристских организаций. Свидетельством этого может быть нижеприведенная таблица № 3.18.

Таблица № 3.18. Статистика туризма Туркменистана за 1997-2001 годы (данные Всемирной Туристской Организации)[77]

№	Показатели	1997	1998	1999	2000	2001
	ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Inbound tourism)					
1.	Прибытия, тыс. человек					
	Посетители, всего	332	380	...	...	...
	Туристы (суточные посетители)	257	300	...	...	...
	Многодневные посетители	75	80	...	...	...
	Пассажиры круизных судов	...	...	...	...	...
2.	**Прибытия по регионам, тыс. человек:**					
	Африка	...	...	...	...	...
	Америка	3	3	...	...	...
	Европа	151	33	...	...	...
	Восточная Азия и Тихоокеанский регион	2	9	...	...	...
	Южная Азия	175	99	...	...	...
	Ближний Восток	1	...	...	...	...
3.	**Прибытия из государств Центральной Азии, тыс. человек**					
	Кыргызстана	22,066	...	...	...	...
	Казахстана	4,971	...	...	...	...
	Таджикистана	11,310	...	...	...	...
	Узбекистана	31,784	...	...	...	...
4.	**Прибытия по транспорту, тыс. человек:**					
	Авиационный	91	94	...	...	...
	Железная дорога	...	...	...	...	...
	Автотранспорт	241	286	...	...	...
	Морские суда	...	...	...	...	...
5.	**Прибытия по целям, тыс. человек**					
	Досуг, развлечение и праздники	29	38	...	...	...
	Бизнес и служебная командировка	154	90	...	...	...
	Другие	149	252	...	...	...
6.	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Среднее время пребывания иностранных туристов, ночей	...	...	...	...	...
7.	**Туристические расходы в стране пребывания, млн. долларов США**	74	192			

[77] World Tourism, Madrid, 2003.

	МЕСТНЫЙ ТУРИЗМ (Domestic tourism)					
8	**Размещение и время пребывания:**					
	Суточное пребывание в отелях и аналогичных средствах размещения, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	Суточное пребывание во всех типах средств размещения туристов, тыс. ночей	...	...	...	...	...
	ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ (Outbound tourism)					
9	Количество отправлений за границу	31	357	...	...	...
	Туристические расходы в других странах,	125	...	...	...	...
	млн. долларов США					
	ТУРИСТИЧЕСКИЕ АКТИВЫ					
10	**Отели и аналогичные средства размещения**					
	Число номеров в отелях	2616	2153	...	...	...
	Число койко-мест	6571	3919	...	...	...
	Процент загрузки номеров	24,0	...	...	...	...
	Наибольший показатель пребывания, ночей	...	...	...	...	...
	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАНЫ					
11	**Валовой национальный продукт, млрд. долларов США**	2,959	2,605	3,274	3,886	5,236
12	**Внешняя торговля, млрд. долларов США**					
	Экспорт (F.O.B.)	...	...	...	...	...
	Импорт (C.I.F.)	...	...	...	...	...

Примечание: подавляющая часть статистических материалов предоставлена ВТО Международным валютным фондом.

Практически туристская индустрия страны развивается в условиях полной самоизоляции, и это определено спецификой внутренней и внешней политики правительства, возглавляемого Сапармуратом Ниязовым.

Туристская инфраструктура. Национальная туристическая индустрия Туркменистана включает в себя более 50 туристических организаций, фирм и компаний, разветвленную сеть отелей и баз, большая часть которых отвечает современным требованиям, а также другие виды сервиса, связанные с туризмом. Здесь работает более 755 человек[79].

Крупными туристическими компаниями, действующими на территории Туркменистана, являются государственные предприятия "Ашхабадсыяхат", "Ахалсыяхат", "Балкансыяхат", "Дашогузсыяхат", "Лебапсыяхат", "Марысыяхат", индивидуальные предприятия "Атлаз", "Даг Сыяхат", "Дурдынияз", "Зехин", "Лагиф", "Махир", "Саада", "Харыт-Сыяхат", отель "Сыяхат", товарищество с ограниченной ответственностью "Джемхуриет", фирмы "Овадан-Сыяхат", "Эльхан-Сыяхат", "Аят".

Кроме того, в Туркменистане действуют санатории "Говурдак" (г. Туркменабат), "Достлук" (этрап Фарап), "Дашогуз" (этрап Иыланлы),

[79] http://tourism-sport.gov.tm.

Байрамалийский санаторий (г.Байрамали), лечебно-оздоровительный курорт "Моллакарда" (станция Джебел) (см. таблицу № 3.19).

Таблица № 3.19. Эксплуатационные показатели некоторых санаториев

Название/ месторасположение	Характеристика	Услуги
Санаторий Фарап/ д/б Достлук, этр. Фарап	Построен в 1980 г. 3 этажа, 80 мест	Бассейн; прачечная; столовая; конференц-зал; сауна; массаж; парикмахерская; охрана; телевидение
Санаторий Говурдаг/ ш. Гаурдак	Построен в 1956 г. 2 этажа, 120 мест	Столовая; массаж; парикмахерская; охрана; телевидение
Санаторий Дашогуз/ этр. Фарап Атдалып к/о	Построен в 1988 г. 4 этажа, 120 мест, 34.000 м.	Бассейн; прачечная; столовая; конференц-зал: на 120 мест; сауна; детская комната; массаж; парковка; охрана; телевидение; связь; платежные системы: наличные, перечислением; бартер; резервирование мест: без предоплаты

Лечебно-оздоровительный курорт "Моллакара" – это грязевой курорт на Западе Туркменистана в 25 км от города Балканабат и в 5 км от станции "Джебел". Впервые сведения об уникальных свойствах Моллагинской грязи и воды появились в 1895 - 1896 годах.

Основными лечебными факторами курорта являются: хлоридно-натриевая рапа и сульфидно-иловая грязь, добываются из Моллакаринского озера, на берегу которого расположен санаторий. Аналогичные грязь и вода имеются только на курорте Саки (Крым) и Мертвое море (Израиль).

Моллакаринское озеро, по-своему, уникально, вода 2 раза в году меняет цвет от голубого в холодное время года до кирпично-красного в жаркий период. Глубина озера составляет 3 метра, желающим искупаться в нем не обязательно уметь плавать, так как вода насыщена солью (200 - 250 мл/л), выталкивает и держит на поверхности.

Санаторий рассчитан на 406 мест. Функционирует круглогодично и принимает на лечение больных с заболеваниями:

- опорно-двигательной системы;
- периферической нервной системы;
- гинекологическим;
- бесплодием (женским и мужским).

В состав воды и грязи входят почти все элементы таблицы Менделеева. Лечение проводится чередованием грязевых аппликаций и рапных ванн. Также применяются: электрофорез и светолечение, лечебная гимнастика, массаж, подводное вытяжение, лазеротерапия, иглотерапия, мануальная терапия и лечебно-кишечные орошения лекарственными травами.

Прогулки и экскурсии также составляют один из лечебных факторов. Интересные прогулки по руслу высохшей реки Узбой до озера Голубого, в историко-архитектурному памятнику Дехистан, в города Туркменбаши, Балканабат, Челекен и местечко Гарачагыл, где имеется природный источник с йодобромной водой, температура которой круглый год не опускается ниже 42 – 45° тепла по Цельсию

Байрамалийский санаторий имени Санармурата Туркменбаши расположен в оазисе, где протекает река Мургаб, среди песков пустыни, в окрестностях развалин Древнего Мерва. С 20 годов XX столетия климат Байрам Али с достаточной сухостью, солнечностью и теплотой, похожих на египетские, признак для благоприятного и уникального лечения почечных больных.

Основа лечения - климатотерапия и лечебное питание. Сухой и жаркий климат в Байрам Али: летом температура в тени выше 40 градусов, весной и осенью 30-35 градусов/ с относительной влажностью воздуха от 10 до 35 %, высокой инсоляцией и испаряемостью с поверхности земли, практическим отсутствием осадков с июня по сентябрь и малым их количеством в другие месяцы, слабыми ветрами вызывает у больных нефритами растирания кожных капилляров сосудов сердца, почек, вследствие чего усиливается кожная респирация, сходят отеки, снижается артериальное давление, усиливается почечный и коронарный кровоток, улучшается кровообращение и восстановительные процессы в почках, повышается сопротивляемость организма. Благодаря увеличивающейся деятельности почек и кожи, организм освобождается от большого количества токсических веществ, выравнивается кислотно-щелочное равновесие, улучшается обмен веществ и функции сердечно сосудистой системы.

Виноград и арбузы, выращенные в песках, содержат незначительное количество воды и богаты содержанием глюкозы и клетчатки. При употреблении туркменских арбузов и винограда в организме улучшается углеводный обмен. Употребление зеленого чая только в условиях Байрам Али способствует расширению периферических сосудов, усилению потоотделения, в результате чего вредные соли, вода покидает организм, а необходимые белки и ферментные элементы остаются в крови и широко способствуют жизнедеятельности организма с воспалительным заболеванием почек.

Широко используются воздушные ванны, сон на воздухе, теплые души, обливание. Дополнением климатолечения являются водобальнеолечение, различные виды душей. Электрореветолечение, иглорефлексотерапия, психологическая разгрузка, лечебная физкультура, массаж, парафино-озокеритолечение. Спальные комфортабельные корпуса с 1-2 местными палатами, оснащенные современным оборудованием.

Многолетний опыт подведения итогов эффективности лечения больных заболеваниями почек (свыше 90 % отдыхающих выписываются из санатория с улучшением состояния здоровья), комфортабельное благоустройство, интересный досуг являются свидетельством того, что санаторий является не только уникальной лечебницей, но и прекрасным местом отдыха.

Также предлагаются увлекательные туры, отдых, лечение, услуги квалифицированных гидов для проведения экскурсий по историко-архитектурным памятникам "Древнего Мерва", "В загадочной стране Маргуш", а также в Бадхызский заповедник, историко-краеведческий музей в г. Мары, которые славятся уникальными находками и богатством экспонатов.

Стоимость тура: за 36 дней – $710, 26 дней – $531, 18 дней – $390, 9 дней – $195. В стоимость путевки входит питание и лечение. В курс лечения входит 14 видов физиотерапии, 3 вида ванн, психотерапия, иглоукалывание, электросон, электромассаж, подводный массаж, душ - Шарко, сауна, бассейн.

Исторические и природные достопримечательности Туркменистана. В стране имеются объекты, которые привлекают множество иностранных и отечественных туристов.

Памятники природы являются объектами туристской инфраструктуры. Они, согласно законодательству, относятся к категории особо охраняемых территорий (объектов), так же как заповедники, питомники, заказники редких и исчезающих видов растений и животных. Кабинетом Министров Туркменистана официально зарегистрировано 17 памятников природы:

- роща грецкого ореха в урочище Караялчи;
- фисташники урочища Чарлык;
- геологический разрез в Фирюзинском ущелье;
- подземное озеро "Ков-Ата";
- геологический разрез в урочище Актепе;
- богатырь Сумбарской долины;
- геологические разрезы в ущелье Кызылчешме, в горах Эзенгаг, в горах Монжуклы;
- окаменевшие следы диких верблюдов;
- пещеры Хашимеюк, Капкатан, Ташюрак, Вертикальная, Геофизическая, Промежуточная;
- Плато динозавров;
- Большой Балхан;
- Малый Балхан;
- Вулкан Боядаг.
- Хребет Аккыр.

Наибольшим интересом среди туристов пользуется достопримечательность **"Плато динозавров"**, которая находится на востоке заповедника в 3-х км от села Ходжапиль. По мнению ученых, этим следам около 150 млн. лет. Плато Ходжапиль хребта Кугитангтау одно из немногих в мире полей со скоплениями свыше тысячи хорошо сохранившихся следов древних ящеров-динозавров Юрского периода.

Насчитывается около 1,5 десятков разновидностей следов детских и взрослых особей размерами от 30 до 92 см длиной, по количеству и площади следов она занимает первое место в мире. Плато взято под охрану и занесено в Кадастр уникальных природных геологических объектов ЮНЕСКО.

Расстояние до объекта: от дороги 33 км, от села Койтен 30 км, от г. Туркменабада 423 км, от г. Ашгабада 1053 км. Размещение в гостинице "Чиланзар". Маршрут является экскурсионно-познавательным, время экскурсионного показа 2 часа, сезонность маршрута с апреля по ноябрь, ежедневная загрузка 35-40 туристов. Доступ туристов на плато разрешен.

Другим объектом считается **подземное озеро "Ков-Ата"**, находящееся в Ахалском вилояте, Бахарденского этрапа вблизи п. Гараган (9 км). Оно является самым крупным в Копетдаге. На глубине 60 м ниже входного отверстия в пещеру лежит озеро. Вода его насыщена сероводородом. Также в состав воды входит хлор, углекислота, бром, алюминий, железо, сурьма и другие. Всего 27 элементов. Воздух в пещере насыщен влагой и парами сероводорода. Особенно это чувствуется летом. В это время со сводов пещеры местами стекают капли воды.

Относительная влажность воздуха в глубине пещеры достигает 90-96 %. Температура воды в озере от 30° до 37° С. Благодаря высокой температуре термальные воды обладают растворяющей способностью выщелачивать различные соли из пород, образуя в них пустоты.

Размеры пещеры "Ков-Ата": длина – 250 м (с озером), глубина – 60 м (от главного входа), средняя ширина – 25 м. Размеры озера: длина – 75 м, максимальная ширина – 23 м, максимальная глубина – 14 м, объем озера 6500 м^3.

До оборудования пещера была сильно закопчена, т.к. долгое время к воде спускались с факелами. В настоящее время очищается благодаря естественной циркуляции и влажности воздуха.

Из растительности в пещере обнаружены лишь некоторые виды лишайников – представителей низших растений. Зато животное население представлено довольно богато. Главными обитателями являются летучие мыши, относящиеся к шести видам: обыкновенная, длиннорылая, остроухая, трехцветная ночница, средиземная, южный и большой подковоносы. Количественно преобладают два первых вида, тогда как остальные составляют по сравнению с ними 1-2 %.

Пещера обустроена для посещения туристов и используется как экскурсионный объект с организацией купания в озере круглогодично. В настоящее время у объекта имеются места для размещения и питания. Время экскурсионного показа пещеры 1 час, общая продолжительность экскурсии с дорогой 6 часов. Дорога от Ашгабата до пещеры "Ков-Ата" составляет 103 км.

Пещеры Хашимеюк, Капкатан, Ташюра, Вертикальная, Геофизическая, Промежуточная – это самые посещаемые туристами достопримечательности. Карлюкские пещеры – типичные проявления разнообразных форм карста на западном склоне хребта Кугитангтау у п. Карлюк (Лебапский вилоят), где вся местность в воронках. Всего зарегистрировано около 60 пещер и все они называются "Карлюкскими" т.к. дороги к ним ведут из п. Карлюк.

Пещера "Хашимеюк" считается геолого-археологическим объектом в горной системе Кугитанга. Общая протяженность – 3,5 км, вход отвесный (30 м). Пещера состоит из множества залов и лабиринтов высотой от 5 до 8 метров, шириной до 50 метров. В ней много уникальных матичных образований, которые называются сталактитами и сталагмитами. При слиянии обеих пород образуются сталагнаты.

Местные историки и археологи утверждают, что именно в этой2 пещере велась добыча мраморного оникса для отделки гробницы Амира Темура. Современные добытчики оникса и любители бесплатных сувениров нанесли серьезный ущерб этой необычной по красоте пещере. Однако благодаря усилиям нескольких поколений археологов удалось не только открыть, но и сохранить для обозрения новые залы и галереи.

Пещера взята под охрану и занесена в Кадастр уникальных природных геологических объектов ЮНЕСКО. Она находится в 9 км северо-восточнее п. Карлюк. Расстояние до объекта: от дороги 10 км, от села Койтен 45 км, от г. Туркменабада 435 км, от г. Ашхабада 1065 км.

Размещение в гостинице "Чиланзар". Маршрут является экскурсионно-познавательным. Время экскурсионного показа 1.5 часа. Сезонность маршрута с апреля до ноября. Доступ в пещеру туристам разрешен.

Пещера "Ташюрак" находится на левом борту каньона Гаргалы, имеет 2 входа, входит в гидросистему Коп-Котан, длина 27 км и состоит из нескольких залов, образованных из карбонатных пород.

На первых километрах велось производство промышленной обработки мраморного оникса, в нескольких местах этого объекта имеются циконы (водяные резервуары). Очень много натечных образований, как в предыдущих пещерах гидросистемы Кугитанга. Считается одной из лучших пещер на территории стран СНГ.

Пещера находится в 2-х км от пещеры Коп-Котан. Расстояние до объекта: от дороги 15 км, от села Койтен 45 км, от г. Туркменабада 435 км, от г. Ашгабада 1065 км. Размещение в гостиницах КГРЭ. Маршрут является экскурсионно-познавательным. Время экскурсионного показа 1,5 часа, сезонность маршрута с апреля по ноябрь. Доступ туристам разрешен.

Вход в **пещеру "Кап-Котан"** в начале устья небольшого ущелья, заполненного гравийными отложениями. В известняках прорублена подходная стойня протяженностью 250 метров. Пещера со множеством красивых сталактитовых залов протяженностью 27 км, глубиной 56 м, соединяющей с пещерой Промежуточной. Ее сказочную красоту подчеркивают названия подземных пустот "Зал Деда Мороза и Снегурочки", "Зал медузы", "Зал сказок", "Ванный зал", "Зал Ялкапова" и т.д. По минералам она занимает 3 место в мире, а по красоте и разнообразию не уступает американской пещере "Лечугида".

Находится в 9 км от поселка Карлюк на северо-восточном направлении в юго-западном хребте Кугитанга и в 2,5 км от пещеры Хашимеюк. Расстояние до объекта: от дороги 9 км, от села Койтен 43 км, от г. Туркменабада 433 км, от г. Ашгабада 1063 км. Размещение в гостинице "Чиланзар". Маршрут является экскурсионно-познавательным. Время экскурсионного показа 2 часа, сезонность маршрута с апреля по ноябрь, ежедневная загрузка 15-20 туристов.

Пещера "Геофизическая" находится в 14 км от поселка Карлюк на северо-восточном направлении в юго-западном хребте Кугитанга. Объект открыт в 1985 году сотрудниками Кугитанской геологоразведочной экспедиции . Он полностью сохранен и, по мнению специалистов, является самой красивой из доступных пещер Кугитанга. Пещера взята под охрану и занесена в Кадастр уникальных природно-геологических объектов ЮНЕСКО.

Расстояние до объекта: от дороги 14 км, от села Койтен 43 км, от г. Туркменабада 438 км, от г. Ашгабада 1068 км. Размещение в гостинице "Чиланзар". Маршрут является экскурсионно-познавательным, сезонность маршрута с апреля по ноябрь, ежедневная загрузка 15-20 туристов. Доступ туристов в пещеру разрешен.

Регламент посещения пещер:

- несложные и непродолжительные выходы групп по 5-10 человек по ближним частям пещеры;
- возможны выходы в составе 4-х человек и одного гида в наиболее интересные, неотдаленные чести пещеры;
- более дальние маршруты, 8 часов и более, в которых необходимо не только выходить, но и долго ползти, до 2-х человек и одного гида;
- при себе иметь спортивную форму, ручной фонарь и теплую одежду.

Амударьинский заповедник образован в 1982 г., площадь его 48,5 тыс. га, включает экосистему тугайных лесов в долине Амударьи, а также

прилегающие участки пустынь. Здесь обитает 48 видов (подвидов) зверей, 203 вида (подвидов) птиц; произрастает 1040 видов высших растений. Среди позвоночных животных встречаются такие редкие виды, как джейран, бухарский олень, медоед, выдра, колпица, мраморный чирок, савка, скопа и др.; из рыб - большой и малый амударьинский лопатоносы, щуковидный жерех (лысач). В ведении Амударьинского заповедника находится Келифский заказник, охватывающий экосистемы озер Юго-Восточного Туркменистана и являющийся местом зимовки перелетных и водоплавающих птиц.

Бадхызский заповедник образован в 1941 г., площадь 87,7 тыс. га, включает экосистемы холмисто-увалистой возвышенности у подножия Паропамиза – самого северного хребта в горной системе Гиндукуш.

На территории заповедника обитает 40 видов млекопитающих, 250 видов птиц, 34 вида пресмыкающихся, в том числе: джейран, туркменский горный баран, кулан, полосатая гиена, каракал, манул, леопард, змееяд, беркут, джек, афганский литоринх, бойга и др. В Бадхызе насчитывается 1050 видов сосудистых растений (442 рода 76 семейств), среди которых более 75 видов и подвидов эндемичны.

В ведении заповедника находится 3 заказника: Чеменибитский (1956 г.) – пойменно-речной (место летнего водопоя куланов); Кызылджарский (1956 г.) – предгорный (место водопоя млекопитающих и птиц); Пулыхатумский (1956 г.) – предгорный (место водопоя млекопитающих и птиц).

Капланкырский заповедник основан в 1979 г., площадь 282,8 тыс. га занимает основную территорию глинистой платообразной возвышенности Капланкыр, являющейся южным отрогом Устюрта. В ботанико-географическом отношении охраняемая территория находится на стыке северных и южных пустынь.

Здесь обитают 26 видов зверей, 147 видов птиц, произрастает 918 видов высших растений. Охраняются редкие животные: джейран, устюртский горный баран, медоед и др.; из высших растений - солянка хивинская, тюльпан туркменский, качим Антонины, песчаная акация Карелина и др., всего 55 эндемичных видов. В заповеднике также охраняются мигрирующие сюда в зимний период огромные популяции сайгаков из Каракалпакии.

В ведении заповедника находятся 2 заказника: Сарыкамышский (1980 г.) – озерно-прибрежный; Шахсенемский (1984 г.) – щебнисто-пустынный.

Копетдагский заповедник был основан в 1976 г., площадь 49,8тыс. га, создан для сохранения и комплексного изучения экосистем горных лесов. Охраняемая территория занимает пояс высоких и средних гор Центрального Копетдага, то есть между меридианами, проходящими на западе по станции Арчман, а на востоке - по станции Гяурс.

Здесь обитают 68 видов зверей, 280 видов птиц, насчитывается более 360 видов высших растений. При заповеднике имеются 2 заказника: Калининский (1976 г.) - горный; Меана-Чаачинский (1976 г.) - предгорный.

Кугитангский заповедник основан в 1986 г., площадь 27,1 тыс. га, занят сохранением и восстановлением горных экосистем Южного Памиро-Алая. Хребет Кугитангтау, находясь на границе Горно-Среднеазиатской и Иранской провинций, характеризуется своеобразными физико-географическими условиями и оригинальной флорой и фауной.

На охраняемой территории учтено 22 вида млекопитающих и 80 видов птиц, около 1000 видов высших растений, из которых 40 - эндемичные.

При заповеднике имеются 3 заказника: Карлюкский (1986 г.) - карстовый (охрана уникальных подземных пещер, единственной в мире популяции Кугитанского слепого гольца); Ходжаоильский (1986 г.) - горно-лесной (сохранение арчи зеравшанской, "Плато динозавров", винторогого козла и др.); Ходжабурджибелидский (1986 г.) - горно-лесной (охрана фисташковых массивов).

Исторические памятники– это строения и здания, представляющие культуру, архитектуру и религиозные объекты, расположенные на территории Туркменистана и находящиеся под охраной государства. К ним, в частности, относятся:

Средневековое городище Амуль (ш.Туркменабад);
Караван-сарай Даяхатын (этр.Дарганата);
Мавзолей Астана-Баба (этр.Атамурат);
Архитектурный комплекс "Кенеургенч" (ш.Дашогуз);
Средневековый город Абиверд (п.Каахка);
Средневековый город Аннау (п.Аннау);
Ниса - Резиденция Парфянских царей (п.Багир);
Овадан-депе (ш.Геоктепе);
Мавзолей "Алламбердара";
Гяур-кала (Мары);
Акуйли-коушук (Мары);
Мавзолей Абуль-Фазла (Мары);
Городище Дурнали (Мары);
Пещера Екедешик (Мары);
Крепость Эрк-кала (Мары);
Гебеклы-тепе (Мары);
Харам-кешк (Мары);
Мавзолей Мухаммеда ибн Зейда (Мары);
Большая и Малая Нагим-кала (Мары);

Мавзолей Султана Санджара (Мары);
Мечеть Талхатан-баба (Мары);
Мечеть Юсуфа Хамаданского (Мары);
Дахистан (Балканский велаят);
Ташарват (Балканский велаят);
Большая и Малая Кыз-кала (Мары);
Айваны Асхабов (Мары);
Мечеть Данданакана (Мары).

Туризм и отдых на побережье Туркменистана. Каспийское море играет важную роль в жизни Туркменистана. Этот уникальный природный водоем и его богатства способствуют экономическому росту государства и углублению интеграционного процесса между прибрежными странами. В этой связи государство уделяет пристальное внимание развитию туристско-рекреационной зоны побережья Каспия.

Учитывая противоречия между экономикой и экологией, правительство Туркменистана считает приоритетным направлением в развитии туристской индустрии тесную взаимосвязь между интересами национального дохода и сохранения природных комплексов, необходимых для самовозобновления важнейших природных ресурсов Каспия, в том числе: живописности ландшафта, популяций животного мира и растительности.

Общая протяженность берега Туркменского сектора Каспийского моря составляет 655 км. Рекреационные зоны побережья делятся на 4 участка: Эсенгулийский, Челекенский, город Туркменбаши, этрап Туркменбаши.

Эсенгулийский участок побережья Каспийского моря протяженностью 140 км от государственной границы с ИРИ до поселка Экерем-причал. На этой территории находятся: действующий причал, сезонные малодействующие ведомственные дачи. Пресная вода – привозная. Почти целиком участок расположен в заповедной зоне. Предполагается образовать круглогодичную зону отдыха с построением мини-отеля и городок одноэтажных коттеджей, и, соответственно, развить все сопутствующие туризму услуги. Так как зона относится к субтропикам, то существует идея образования субтропического леса.

Челекенский участок ("Красные пески"). От Экерема до острова Кизил-су протяженностью 167 км. В настоящее время базы отдыха -12 ведомственных баз с соответствующей инфраструктурой расположены в г. Хазаре (бывш. Челекен). В 2 км от города имеется аэропорт. Привлекательны для туристов действующие грязевые вулканы, расположенные неподалеку от Хазара (Челекена).

Участок города Туркменбаши протяженностью 105 км от острова Кизил-су до мыса Тарта является на сегодняшний день самым развитым

в туристском бизнесе. 41 ведомственная база, 4 оздоровительных детских центра. 155 дачных коттеджа, комфортабельный отель на 28 мест, строящийся пятизвездочный отель - все это только в одной зоне Красноводской косы (Аваза). Уровень туристского сервиса достаточно низкий, но популярность Авазы среди населения большая, что обусловлено близостью г. Туркменбаши (18 км).

Участок Туркменбашинского этрапа. Протяженность 259 км от мыса Тарта до государственной границы с Казахстаном. Наиболее перспективный район для туристских возможностей. Экологически самый чистый район моря, песчаные пляжи, горячие источники, уникальный залив Карабогазгол с неповторимым ландшафтом и единственным в мире морским водопадом создают широчайшую перспективу для инвестиционных проектов по развитию туристского бизнеса. Впечатляют скальные обрывы на побережье в районе поселка Бекдаш.

Учитывая огромные экономические интересы государства, связанные с добычей нефти на Каспии в районе Бекдаша и гидроминерального сырья в Карабогазголе, создаются предпосылки к созданию мощной инфраструктуры района, что в свою очередь способствует и развитию рекреаций для рабочих, занятых в промышленности, и экономически обоснованной туристской индустрии. Здесь, в принципе, имеются широчайшие возможности для развития морского туризма и отдыха, пешеходного и автомобильного туризма, охоты, в том числе, и подводной рыбалки.

Определение основных приоритетов развития туризма в секторе Каспийского моря:

- разработка и осуществление программ развития туризма, включающих в себя непременное условие: сохранение самобытности и этнического наследия края, культурных и историко-архитектурных памятников Туркменистана, прилегающих к зоне побережья;
- рациональное использование природных ресурсов Туркменского сектора Каспийского моря с непременным соблюдением новейших экологически безопасных технологий;
- разработка и осуществление экономической стратегии развития туризма, предусматривающая создание свободной экономической зоны, льготных условий инвестиций;
- увеличение и улучшение качества баз отдыха среднего класса;
- создание элитарных зон с мировым уровнем предлагаемого сервиса;
- создание баз отдыха и рекреаций, центров реабилитации для лиц, требующих особого внимания;
- оборудование общественных пляжей;
- организация различных услуг: аттракционов, прогулок на катерах, охоты, рыбалки и т.д.;

- строительство частных дач и домов;
- организация службы безопасности туристов, охватывающей все сферы жизнедеятельности человека без исключений;
- создание системы контроля и надзора с широкими полномочиями за экологическим состоянием.

Для решения поставленных задач правительство разработало глобальный проект освоения Каспийского моря.

Узбекско-туркменские связи в сфере туризма. В Ашгабаде и Ташкенте функционируют дипломатические миссии обоих государств. Консульская служба выдает визы для туристов и посещающих страны с целью бизнеса или по служебным делам.

- Соглашение между правительствами республик Узбекистан и Туркменистан о сотрудничестве в области туризма от 16.01.1996 года;
- Соглашение между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Туркменистана о взаимных поездках граждан и об упрощенном порядке для граждан, проживающих в приграничных областях (заключено в г.Бухара, 19 ноября 2004 года).

Между республиками налажены воздушное, железнодорожное и автотранспортное пути сообщения.

Модель. Туркменистан характеризуется следующей моделью туризма:

- сильная государственная власть управляет туризмом исходя из политических интересов, подменяя экономические факторы;
- усложнена внутренняя и внешняя миграция, что ограничивает туристские потоки;
- богатое культурное и историческое наследие, характерный туркменский образ жизни и традиции являются интересными и притягательными для туристов;
- неэффективное использование гостиничной инфраструктуры;
- слабая поддержка туризмом материального благополучия местного населения;
- невысокий кадровый потенциал индустрии гостеприимства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Каспий, Туркменистан, президент, изоляция, природа, водные ресурсы, вилоят, этрап, гостиница, курорт, турбаза, отдых, лечение.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Каково состояние туризма в Туркменистане?
2. Какими ресурсами располагает страна в развитии туризма?
3. Как оценивается туркменская модель туризма?

Глава 4. ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ ТУРИЗМА

4.1. КРОКОДИЛЫ, МЕКОНГ И ДРАКОНОВЫЙ ФРУКТ ИЛИ УСПЕХ ВЬЕТНАМСКОГО ТУРИЗМА

Контуры модели. Аналитики туристического рынка из Мирового Совета по Туризму предсказывают, что Вьетнам будет одним из десяти самых популярных туристических направлений в течение ближайших десяти лет. Для этого Вьетнам обладает великолепным набором привлекательных черт: оригинальной древней архитектурой, высокими живописными горами, стремительными водопадами, солнечными песчаными пляжами, - всем тем, что привлекает сюда туристов со всего мира. Глобальные мировые корпорации и сетевые отели, такие как Accor, Starwood, Hyatt, Marriot планируют инвестировать средства во Вьетнам, для чего уже заключено множество соглашений с вьетнамскими партнерами на строительство пятизвездочных отелей.

Владельцы мировых отельных марок убеждены, что Вьетнам - абсолютно мирная и безопасная страна, обладающая к тому же своеобразным восточным характером и гостеприимством. В предыдущих обзорах Совета по Туризму наиболее любимыми туристами восточными странами были названы Гонконг и Сингапур.

Черты модели:

- экзотика страны;
- динамично развивающийся частный сектор;
- богатая история и широкий спектр культурного пространства;
- инвестиции из стран Юго-Восточной Азии;
- правительственная политика + кредиты + льготное налогообложение;
- невысокие цены+высокий уровень обслуживания.

География страны. Вьетнам граничит с Камбоджей, Лаосом и Китаем и имеет протяженность более 1600 км (1000 миль) вдоль восточного побережья полуострова Индокитай. Два наиболее развитых района в стране находятся в дельте реки Красная (15 000 кв. км) на севере и в дельте реки Меконг (60 000 кв. км) на юге. Страна на три четверти покрыта горами и холмами; высочайший пик - гора Фансипан (3143 м над уровнем моря) - находится на северо-западе страны.

Вьетнам состоит из экваториальных равнин, жарких плато и более прохладных горных районов. Страну охватывает субтропическая зона, и местный климат варьируется от морозных зим в северных

высокогорных районах до субтропической жары круглый год в дельте реки Меконг. В местности, находящейся на уровне моря, среднегодовая температура составляет около 27 градусов Цельсия на юге, понижаясь до 21градуса Цельсия на севере.

Животный мир Вьетнама разнообразен, но численность его резко упала из-за уничтожения многих видов животных, незаконной охоты и загрязнения окружающей среды. Фауна включает слонов, носорогов, тигров, леопардов, черных медведей, коротконосых мартышек, крокодилов и черепах. Леса, которыми покрыто менее 30% страны, находятся под угрозой исчезновения из-за роста населения и загрязнения промышленными отходами. С 1992 года ситуация стала постепенно меняться благодаря запрещению экспорта необработанной древесины, распространению образовательных экологических программ и проектам по восстановлению лесов.

Несмотря на небольшое число туристов, Вьетнам имеет 10 национальных парков и множество природных заповедников. Наиболее интересные и доступные национальные парки - Кат Ба, Ба Бэ Лейк и Кук Фянь на севере, Бах Ма в центре и Нам Кат Тиен и Йок Дон на юге. Пытаясь предотвратить экологическую и гидрологическую катастрофу, государство планирует улучшать существующие парки и открывать новые.

Некоторые географические данные приводятся в таблице № 4.1.

У Вьетнама интересная история. Утончённая культура Бронзового Века Донь Сон уходит корнями в III столетие до н.э. От I до VI веков н.э. южная часть территории современного Вьетнама была территорией Индийской империи Фунан, которая оставила после себя замечательные памятники искусства и архитектуры.

Империя Индусов Чампа сформировалась вокруг того места, где находится современный Дананг, во второй половине II века и распространилась на юг на территорию, известную теперь как Нячанг, к VIII веку.

Империя существовала отчасти благодаря набегам на соседние территории. Китайцы захватили дельту реки Красной во II веке, и их тысячелетнее правление, отмеченное упорным сопротивлением вьетнамцев и постоянными восстаниями, закончилось в 938 году н.э., когда Нго Куэн разбил китайские войска у реки Бах Дэнь.

В течение нескольких последующих веков Вьетнам отражал периодические набеги со стороны Китая и раздвигал свои границы на юг до дельты реки Красной, расселяясь в основном в дельте Меконга. В 1858 году французские и испанские войска штурмовали Дананг, после того, как было убито несколько миссионеров. Год спустя был взят Сайгон. К 1867 году Франция захватила южный Вьетнам, который стал французской колонией Кочинчина.

Таблица № 4.1. Обзорные данные Вьетнама

Полное название страны	Социалистическая Республика Вьётнам
Площадь	329566 кв. км
Население	79 млн. чел
Столица	Ханой
Народы	84% этнические вьетнамцы, 2% этнические китайцы, также кхмеры, чэмзы (потомки когда-то великой Индийской Империи Чэмпа) и представители ещё 50 этнолингвистических групп(известных также как монтагнадз, по-французски горцы)
Язык	вьетнамский, кхмерский (различные диалекты), лаосский (различные диалекты), русский, французский, китайский, английский
Религия	буддизм является главной религией, так же есть значительные общины таоистов, конфуциантов; представители Хоа Хао; каодаисты; мусульмане и христиане
Государственное устроиство	Социалистическое общество и экономика с элементами рыночных отношений
Отрасли народного хозяйства	производство риса, резины, сахара; пищевая, лёгкая, химическая промышленности
Главные партнеры	Китай, Сингапур. Южная Корея, Япония, Тайвань
Риски для здоровья	лихорадка, гепатит, малярия, бешенство (если находиться в стране месяц или более), тиф и туберкулёз (если контактировать с местными жителями в зонах повышенного риска в течение нескольких месяцев)
Напряжение в электросети	220В и 50Гц, но встречается и 110В и 50Гц
Система мер и весов	метрическая система с некоторыми местными вариациями

Партизаны-коммунисты под предводительством Хо Ши Мина начали оказывать сопротивление французскому владычеству после Второй мировой войны. Декларация независимости Вьетнама, принятая Хо Ши Мином в 1945 году, вызвала обострение войны с Францией, которая закончилась поражением французской армии у Диен Биен Фу в 1954 году.

По решению Женевской конференции в 1954 году Вьетнам был временно поделён на две зоны (коммунистический север и антикоммунистический проамериканский юг). Политическая и идеологическая конфронтация вскоре перешла в вооружённую борьбу, что привело к вводу в 1965 году в страну вооружённых сил США и других стран . Парижские Мирные Соглашения, подписанные в 1973 году, обеспечили немедленное прекращение вооружённых действий и означали вывод войск США из страны. В итоге 30 апреля 1975 года Саигон сдался коммунистическому северу.

Попав "из огня в полымя", едва оправившись от разрушительной войны с США, Вьетнам вынужден был оказывать сопротивление отрядам головорезов из Кхмерских группировок вдоль границы с Камбоджей. В результате продолжительных военных столкновений Китай поддержал Камбоджи; вооружённый конфликт продолжался, пока ООН не выступила с инициативой заключить договор, по которому Вьетнам отвёл свои войска из Камбоджи в 1989 году. Хотя периодически продолжаются провокации со стороны Красных Кхмеров, впервые за все время после Второй мировой войны Вьетнам официально не находится в состоянии войны ни с одной страной. Окончание «холодной войны» дало возможность Вьетнаму и Западу наметить пути сближения.

В июле 1995 года США возобновили дипломатические отношения с Ханоем, хотя первоначально в 1999 году Ханой отказался подписать торговое соглашение с США (оно было подписано только в следующем). США, в свою очередь, говорят о нормализации отношений между странами, но после 25 лет отчуждения все ещё слишком много самокритики, попыток проведения политики выкручивания рук и стонов о напрасных жертвах на фоне постоянно появляющихся душещипательных фильмов о войне. Джон Маккейн говорил во время визита в Ханой о том, что "не те люди выиграли войну". Во Вьетнаме произошло нечто вроде послевоенного экономического бума, после чего наступил некоторый спад, охвативший весь регион и преодоленный при помощи иностранных инвестиций в 90-х годах. В настоящее время страна развивается стабильно, что дает основание думать о ней как о ещё одном азиатском государстве с сильной экономикой.

Экономические показатели туризма. В 2005 году Вьетнам посетили 3,3 млн. туристов, тогда как в 2002 их было чуть более 1 млн, причем 630 тыс. из них воспользовались воздушными линиями, 315 тыс - автотранспортом, 120 тыс предпочли морские маршруты. Иностранные гости во время поездок останавливались, как правило, в главных туристических центрах Вьетнама - в центральной, горной провинции Лам Донг, южной провинции Бариа-Вунгтау, северной Тхань Хоа. Сейчас вьетнамские турагентства предлагают более 80 туристических маршрутов. Недавно были открыты специальные экологические туры для тех, кто предпочитает уединение на природе, в частности, в центральной провинции Тхань Хоа, северной - Лонг Ан, южной - Тэй Нинь.

С другой стороны, эксперты дают более радужные цифры - 4,5 млн. иностранных туристов через пять лет, однако дальнейший рост туристической индустрии страны будет все же зависеть от международной интеграции его туристических предприятий. Многие города и провинции страны, особенно Центральный Вьетнам, делают серьезные капиталовложения в туристический сектор экономики,

изменение политической ситуации также на пользу развития туризма. Еще один фактор, помогающий развитию отрасли, - открытие новых авиамаршрутов между Вьетнамом и Германией, Японией и другими странами.

Между тем, согласно одному из последних отчетов Всемирной Туристской Организации, у Вьетнама есть все шансы стать в ближайшее время еще одним «туристическим тяжеловесом» Юго-Восточной Азии. Эта страна ведет очень эффективную компанию по собственному продвижению на разных рынках мира, а самое главное, быстро развивается как самостоятельное туристическое направление. Сейчас доходы от туризма составляют 10,4% от валового национального продукта. Для сравнения: в одной из ведущих туристических держав мира Греции эта цифра составляет 15%, в Испании - 12%, в Израиле - 4%. Вьетнамские власти не только создают инфраструктуру отдыха, причем фактически с нуля, но и бережно относятся к собственному культурному наследию. Несмотря на бедность, большинство городов Вьетнама и, прежде всего, столица Ханой вызывают уважение благодаря порядку и безопасности, царящим на улицах. Все это послужит отличным базисом для дальнейшего развития туризма.

В настоящее время государство ежегодно выделяет на продвижение бренда «Вьетнам» на мировом рынке около $2 млн. Всего в стране открыто 182 гостиницы, из них 18 - категории 5*, 48 отвечают требованиям 4* и 116 соответствуют 3*. Их общий номерной фонд составляет 19,3 тыс. комнат. Развитие вьетнамской туристической отрасли не осталось незамеченным в мире, американский журнал «Time» назвал Вьетнам одним из самых интересных направлений Юго-Восточной Азии, особенно отметив заповедник приматов с его богатой природой и «spring rolls» в ханойском ресторане «Emperor».

Хотя туристическая индустрия во Вьетнаме существует уже 45 лет, ее основной рост и расцвет пришелся лишь на последние 10, поэтому и опыт, и ресурсы довольно ограничены. Будучи новичком на рынке международного туризма, Вьетнам стремится к интеграции иностранных инвесторов в свой туристический сектор, иначе он не в состоянии будет конкурировать с другими странами. В рамках развития отрасли Вьетнам заключил двухсторонний договор о сотрудничестве с США, по которому американским инвесторам будет позволено открывать совместные предприятия с долей капитала не более 49%. Власти прекрасно понимают, что государство может обеспечить лишь юридическую поддержку, в целом же развитие отрасли зависит от инициативы частного предпринимательства.

Следует отметить, что ВТО реализует международную программу для развивающихся стран «Туризм как средство борьбы с бедностью»,

и Вьетнам - один из ее участников. Туристические власти этой страны заключили договоры о сотрудничестве с 26 государствами, также подписали соглашение о развитии туризма стран АСЕАН и присоединились ко многим международным туристическим организациям. Сейчас одной из главных своих задач Вьетнам видит сейчас воспитание кадров для индустрии отдыха - на ее реализацию в качестве официальной помощи от международных организаций страна получила $40 млн. Ханой, например, принял план развития туризма, который позволит к 2010 году увеличить оборот в сфере туризма в два раза, а объем турпотока - в 2,5 раза. К этому времени число вьетнамцев, отдыхающих в своей стране, должно достигнуть 5,7 млн. человек.

Культурное пространство. Четыре величайших философии и религии сформировали духовную жизнь вьетнамского народа: конфуцианство, таоизм, буддизм и христианство. В течение веков конфуцианство, таоизм и буддизм переплетались с народными китайскими верованиями, древними вьетнамскими анимистическими взглядами, в результате чего сформировалось то, что называется Там Джао (или "Тройственная религия").

Вьетнамский (кинх) - это официальный язык в стране, хотя в разных регионах есть свои диалекты. Существуют десятки различных языков, на которых говорят различные этнические меньшинства, кроме того, в некоторых частях страны разговаривают на кхмерском и лаосском. Наиболее употребимые языки - вьетнамский и китайский (кантонизский и мандаринский), английский, французский, русский, почти в таком же порядке.

К развитым видам искусства относятся: традиционная живопись по шёлку; эклектическая форма театра, включающая драматический театр, кукольный театр, музыку и танцы; религиозная скульптура; лаковые миниатюры и керамика.

Вьетнамская кухня исключительно разнообразна - говорят, что существует около 500 различных традиционных блюд, которые включают экзотические виды мяса (но стоит подумать дважды, прежде чем попробовать мясо редкого животного) и восхитительные вегетарианские изделия (часто предназначенные для замены мясных и рыбных блюд). Хотя основу вьетнамской кухни составляет обыкновенный белый рис, обильно приправленный овощами, рыбой (которая очень популярна во Вьетнаме), мясом, специями и соусом. Булочки, макаронные изделия и отварные рисовые клёцки пользуются большой популярностью, так же, как и всевозможные супы, включая суп из угря, вермишелевый, с рубленной курятиной и горький суп. Очень много разнообразных оригинальных фруктов: драконовый фрукт, жожоба, хаки, лонган, помэло, трёхкосточковая вишня и водяное яблоко.

Вьетнамский кофе (ка фэ фин) очень вкусный; его обычно готовят очень крепким и очень сладким.

Активные формы отдыха. Вьетнам хорошо представлен с точки зрения использования активных форм отдыха, этому благоприятствуют как природно-климатические условия, так и инфраструктура (см. таблицу № 4.2).

Таблица № 4.2. Виды активного отдыха во Вьетнаме

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	N	N	S	S	S	S	N	N	N	N	N	N
Пешие походы	N	N	S	S	S	S	S	S	N	N	N	N
Рафтинг	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Серфинг	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в море/океане	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в озерах	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Следует заметить, что страна имеет береговую зону, протяжённостью около 3450 км, и на каждом пляже турист может взять напрокат снаряжение для ныряния и подводной охоты. Наиболее популярные пляжи включают Вань Тау, на севере дельты Меконга (который отличается загрязнённой водой, хотя поблизости есть и чистые пляжи); На Чань, неподалёку от Далата; 30-километровая полоса под названием Китайские пляжи, около Дананга - но будьте осторожны с течениями. Можно совершать интересные пешие, конные и велосипедные прогулки по красивым окрестностям Далата, некоторым национальным паркам. Более того, Вьетнам - превосходное место для долгих велосипедных экскурсий, так как большая часть страны имеет ровную поверхность, а слишком интенсивное дорожное движение на главных шоссе не создает удобства для велосипедистов.

Спелеологи будут рады увидеть потрясающие пещеры реки Понь На к северо-востоку от Донь Хой. Те, кто интересуется историей Вьетнамской войны, могут пройти по Тропе Хо Ши Мина, которая представляет собой сеть дорог, тропинок и переходов, предназначенных для обеспечения войск боеприпасами и продовольствием во время войны. Этот маршрут проходит с севера на юг Вьетнама через горы Чуонь Сон и далее на север Лаоса. Имеющие внедорожники могут проехать 60 км от Алуой до Хюэ. Система туннелей в Су Чи (35 км от

Сайгона) и Вин Мог (около границы между Северным и Южным Вьетнамом) дает туристам представление о замкнутой жизни деревенских жителей и партизан во время войны.

Для посещения Вьетнама не существует хороших и плохих сезонов . Когда в одном регионе слишком сыро, холодно или изнуряюще жарко, то всегда есть место, где солнечно и приятно (см. таблицу № 4.3). На юге, в основном, два сезона: период дождей (с мая по ноябрь, самая большая влажность с июня по август) и сухой сезон (с декабря по апрель). Самый жаркий и влажный период продолжается с февраля по май. На центральном побережье сухо с мая по октябрь и влажно с декабря по февраль.

Высокогорные районы значительно прохладнее, чем низменности, и в зимний период температура может быть очень низкая. На севере два сезона: прохладная влажная зима (с ноября по апрель) и жаркое лето (с мая по октябрь). В северных и центральных районах в период между июлем и ноябрём есть вероятность наводнений. Путешественники не должны забывать про Новогодний праздник Тет (конец января - начало февраля) при планировании времени поездки. Путешествие (особенно из-за границы) становится очень затруднительным, т.к. гостиницы переполнены и многие службы закрыты, по крайней мере, на неделю, а возможно и дольше).

Таблица № 4.3. Периоды для путешествий

Регион	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Южные районы	G	G	G	G	G	C	C	C	C	C	G	G
Центральные районы	G	G	C	C	G	G	G	G	G	B	C	G
Северные районы	C	C	G	G	G	G	G	G	G	G	G	B

Примечание: G - хорошее время для путешествий, C - не самое лучшее время для путешествий, B - не сезон

Какие же события во Вьетнаме представляются интересными для тристов? В дни, когда луна полная или имеет серебряный цвет, во вьетнамских и китайских пагодах читаются особые молитвы. В такие дни многие буддисты едят только вегетарианскую пищу. Некоторые из основных религиозных праздников отмечаются по лунному календарю, и в их число входят: Тет (конец января - начало февраля), самое важное празднество в году, которое продолжается неделю (развлечения начинаются на неделю раньше) и знаменует начало года по лунному календарю; День блуждающих душ (Чань Нгуен), который отмечается на пятнадцатый день седьмой луны (август) и является вторым по

значению празднеством, угощения и подарки предлагаются в этот день блуждающим душам забытых умерших; Тьет Доан Нго (день летнего солнцестояния) в июне, во время которого происходит сжигание изображений людей, символизирующих души на службе в Армии Бога Смерти; Праздник умерших (Тхан Мин) в апреле - день поминовения умерших родственников.

Советы туристам. Путешественники, живущие в государственных гостиницах и питающиеся в маленьких кафе, могут расходовать от $20 до $25 в день, не считая междугородных транспортных расходов (см. таблицу № 4.4). Те, кто желает остановиться в частных гостиницах среднего уровня и питаться в недорогих ресторанах, иногда пользоваться такси и развлекаться в ночных клубах, должны рассчитывать на расходы в пределах $65 в день. До недавнего времени во многих высококлассных отелях настаивали на оплате американскими долларами, но сейчас все службы (кроме компании "Вьетнамские Авиалинии"), должны принимать оплату в донгах. На самом деле, во многих местах можно увидеть цены в иностранной валюте. Можно взять с собой туристские чеки в долларах и немного наличных долларов. Существует четыре способа обменять валюту: в банке, через официальные обменные пункты, у администратора отеля и на черном рынке. Лучший обменный курс предлагается в банках, но обменные пункты обычно имеют более удобное месторасположение и дольше открыты. Обменный курс на черном рынке менее выгодный, чем официальный, поэтому если вам предлагают обменять валюту по более выгодному курсу на черном рынке, значит, это какой-то обман. Кредитные карточки Visa, MasterCard, American Express и JCB принимаются во всех крупных и малых городах, посещаемых туристами. Практически невозможно обменять туристские чеки вдали от крупных городов и туристских центров. Туристы, предпринимающие необычные маршруты, должны или запастись донгами, или обменивать валюту на черном рынке.

Таблица № 4.4. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	1-2	3-10
Средний	3-8	15-40
Высокий	Более чем 20	Более чем 50

В государственных гостиницах и туристских ресторанах обычно добавляют 5% к каждой сумме в чеках по оплате услуг, и поэтому нет необходимости давать чаевые (хотя, возможно, персонал и не получает ничего из этих 5%). В частных ресторанах вам будут благодарны, если вы будете давать небольшие чаевые персоналу. Стоит дать некоторую

сумму водителю и экскурсоводу, и будет вежливо с вашей стороны оставить небольшую сумму в конце экскурсии в пагоде. При покупках можно торговаться, но делать это следует с улыбкой и рассматривать как общепринятый стиль поведения, а не как вопрос жизни и смерти.

Кстати, власти Вьетнама распорядились не допускать иностранных туристов в местности, где зарегистрированы очаги "птичьего гриппа". С начала октября вирус на птичьих фермах обнаружен уже в 18 провинциях страны. Забиты свыше миллиона домашних птиц, сообщает Радио Свобода. Сегодня поступили сообщения об очередном случае заболевания гриппом человека. "Птичий грипп" поразил Азию в 2003 году - с тех пор в регионе от него умерли по меньшей мере 67 человек. Большинство случаев со смертельным исходом приходится на Вьетнам.

По данным Всемирной Организации Здравоохранения, несмотря на чрезвычайные меры по предотвращению распространения инфекции, принятые в азиатских странах, вирус птичьего гриппа закрепился в природной популяции диких птиц и приобрел способность инфицировать людей. По состоянию на 1 ноября 2005 года в Таиланде, Вьетнаме, Индонезии и Камбодже зарегистрировано 124 случая заболевания людей, 63 из которых закончились летально.

Туризм против проституции. В стране принята программа мер, направленных на снижение уровня проституции в ближайшие пять лет. Вьетнамские власти обнародовали данные о том, что, начиная с 1994 года, полиция арестовала более 40 тыс. владельцев борделей. Только за последние шесть лет в стране было закрыто 11 тыс. подобных заведений, а в Хошимине в течение одного 2000 года около тысячи проституток были направлены в специальные лагеря на перевоспитание. Как утверждают официальные лица, их отсылают туда с целью обучить новому ремеслу, чтобы они могли в будущем сменить профиль деятельности. Правительство неоднократно выражало обеспокоенность ростом проституции, но до сих пор не в силах было помешать росту секс-индустрии. Есть опасения, что Хошимин в ближайшее время превратится во второй Бангкок и станет популярным местом для иностранных секс-туристов.

Новая программа правительства, главным образом, нацелена на снижение уровня проституции в местах, наиболее посещаемых туристами. Власти надеются, что меры будут способствовать тому, чтобы отвлечь молодежь, особенно студентов, от занятий проституцией. Обеспокоенность правительства вызвана не только тем фактом, что проституция - это общественное зло. ООН предостерегает Вьетнам, что в предстоящие пять лет число вьетнамцев, зараженных вирусом иммунодефицита человека, может вырасти до 200 тысяч. По последним данным, большинство носителей вируса во Вьетнаме - наркоманы,

Однако и труженики вьетнамской секс-индустрии также представляют собой группу риска.

Узбекско-вьетнамские туристские связи. В настоящее время между Ташкентом и Хошимином проложена воздушная трасса, авиаперевозчик «Узбекистон хаво йуллари» выполняет рейсы. В столице Узбекистана функционирует посольство СРВ, где туристам выдают въездные визы. 28 марта 1996 года было подписано Соглашение между Правительствами Республики Узбекистан и Социалистической Республики Вьетнам о сотрудничестве в области туризма, которое заложило правовую базу для осуществления путешествия для граждан и установления партнерских контактов для хозяйствующих субъектов. В итоге, по данным таможенной статистики, в 2004 году Узбекистан посетили 22 гражданина Вьетнама, а в 2005 году – 37.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Вьетнам, Хошимин, туризм, экзотика, , транспорт, сервис, питание, история, география, страна, территория, маршруты, ценообразование.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. В чем специфика туризма Въетнама?
2. Какова политика правительства в продвижении национального турпродукта?

4.2. ТУРИСТСКАЯ ХОРВАТИЯ: СИНТЕЗ ИСТОРИИ И СОЛНЕЧНОГО ПЛЯЖА

На сегодняшний день Хорватия располагает следующими контурами **модели туризма**:

- западные стандарты+льготное для туристских предприятий налогообложение;
- восстанавливающаяся после войны инфраструктура+западные инвестиции;
- подготовка кадров для сферы услуг;
- транспортные коммуникации;
- пляж+солнце;
- историко-культурные памятники.

География страны. Хорватия расположена на северо-восточном побережье Адриатического моря, и граничит со Словенией и Венгрией на севере, Югославией на юге и Боснией-Герцеговиной на юго-востоке. Территория республики тянется бумерангом от Паннонийских равнин Славонии к полуострову Истрия и изрезанному побережью

Адриатического моря. Самая южная часть Хорватии с городом Дубровник отделена от остальной части территории куском Боснии-Герцеговины.

Местоположение Хорватии определило историю страны. Издревле она располагалась на стыке цивилизаций и культур: в IV веке здесь пролегала граница между западной и восточной частями Римской империи, в IX веке между Византией и франками, в X веке между католической и православной церковью, с XV по XIX век - между христианским Западом и исламским Востоком. Все это нашло отражение в уникальных исторических, культурных и архитектурных памятниках городов Хорватии, основанных еще в античном и средневековом периодах и представляющих особый интерес для любознательных туристов.

Основной туристической достопримечательностью Хорватии, несомненно, являются ее пляжи. Эта страна имеет береговую линию протяженностью 1778 км (5790 км, если посчитать острова). Большинство пляжей, однако, скалистые, а не песчаные. Прибрежные острова страны также красивы, как и греческие. Их здесь 1185, 66 из которых необитаемы. Кстати, контроль за экологической обстановкой очень серьезный: на некоторых островах запрещено не только разжигать костры, но и курить.

В Хорватии семь национальных парков. Бриони, рядом с Пулой, самый интересный из них, так как здесь есть рощи средиземноморских дубов. Горный Национальный парк Рисняк является местом обитания рысей, а леса Национального парка Пакленица облюбованы насекомыми, рептилиями и птицами, включая находящегося на грани исчезновения стервятника-грифона. В Национальном парке Плитвице можно увидеть медведей, волков и оленей.

Климат в стране варьируется от средиземноморского на Адриатическом побережье до континентального во внутренних областях страны. На побережье обычно жаркое, сухое лето и мягкая, дождливая зима. Прибрежные высокогорья ограждают побережье от холодных северных ветров, дующих весной и осенью. В Загребе температура в июле может достигать 27°С и падать до + 2°С в январе.

По оценкам медицинских специалистов, климат Хорватии - один из самых подходящих для летнего отдыха. Среднегодовое количество солнечных часов - 2600, средняя температура моря в летний период - 25-27°С, воздуха - 30-31°С. Уже несколько лет подряд ЮНЕСКО присваивает Хорватии «Голубой флаг за самую чистую акваторию Средиземноморского побережья». К слову, сосновые леса соседствуют здесь с тропическими растениями, а прозрачность воды достигает 50 метров.

Хорватия славится также своими термальными и минеральными источниками. Лечебный туризм развит как в континентальной части, так и на морском побережье. Каждый год сотни тысяч туристов со всего мира устремляются сюда – в «страну лазурно-голубого моря», чтобы испытать на себе активные виды отдыха (см. таблицу № 4.5). Неповторимая гармония, редкая и удивительная красота хорватской Адриатики покорила сердца многих самых знаменитых людей Европы. «Боги хотели прославить то, что они создали, и в последний день, из слез, звезд и дыхания моря, сотворили Корнати», писал о ней Бернард Шоу.

Таблица № 4.5. Виды активного отдыха в Хорватии

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	N	N	N	N	N	S	S	S	S	N	N	N
Пешие походы	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Парашют	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Рафтинг	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Серфинг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	N	N
Купание в море/океане	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Длинные, скалистые острова у гористого побережья Хорватии создают прекрасные виды, которыми можно полюбоваться во время плавания на яхте. Здесь глубокие каналы, загадочные портовые деревушки и попутный ветер. В этих местах можно плавать на каяке, особенно около островов Элафити и Корнат. Различная топография побережья создает условия и для дайвинга, и во многих туристических курортах есть дайвинг-центры. Основными достопримечательностями побережья страны являются останки кораблекрушений и пещеры, включая знаменитый Голубой Грот. Да, кстати, в стране можно также заниматься скалолазанием в Национальном парке Пакленица и в горах вокруг Баски и острова Крк. А в Национальных парках Пакленица и Рисняк можно совершать походы и пешие прогулки.

Статистика туризма. Этнография и рекреация, рафтинг и лошадиные прогулки, дайвинг и микропутешествия на старых восстановленных кораблях, яхты и виндсерфинг, походы в горы и плавание на каноэ, спелеология и альпинизм, планеризм и "зеленый туризм". Также популярны авантюрный и агротуризм. Пользуются

спросом "робинзон-туры", с проживанием в домике рыбака или в маленьких бухточках. И это далеко не полный перечень предложений рядовому гражданину любой страны, который захочет посетить Хорватию и там отдохнуть. Более того, и поработать, потому что любителям трудового экстрима хорваты могут предложить поучаствовать в сборе маслин, мандаринов или трюфелей. И все это можно найти как на материковой части республики, так и на 1185 ее островах. Следует подчеркнуть, что в туристической отрасли занято 140 тыс. человек, а гостиницы располагают номерами в 100 тыс. мест, хотя это на 30 тыс. меньше, чем могло бы быть. И поэтому сейчас восстанавливаются 120 объектов, способные уравновесить баланс спроса-предложения на средства размещения и досуга. В Хорватии хорошо понимают, что на сегодняшний день главная проблема – гостиницы, ведь по сравнению с 1990 годом количество мест сократилось на 33%. Причина в том, что часть отелей еще не успела восстановиться после войны, а те, которые прошли реконструкцию, стремясь достигнуть более высоких стандартов, сократили число комнат. Эксперты утверждают, что нужно 2-3 года, чтобы привести в порядок сектор размещения, повысить качество обслуживания, и наладить кредитование частного сектора, чтобы соответствовать европрейским стандартам.

Но модель туризма невозможно расскрыть без обзорных данных. Так, статистическое ведомство Хорватии считает, что 2005 год стал наиболее успешным для туристической индустрии страны. Только за 9 месяцев прошлого года здесь побывало 7,8 млн. гостей, из них 6,9 млн. - иностранцы. Всего проведено 44,15 млн. ночевок, что на 8% больше, чем за тот же период 2004 года. Наибольшим спросом у визитеров в этом году пользовалась Далмация. Между тем, в нынешнем году Министерство моря, туризма, транспорта и развития вводит новую систему продвижения хорватского турпродукта на территории СНГ. В частности, средства в размере $4 млн., освободившиеся после отмены субвенций на чартерные программы российским туроператорам, которые предоставлялись в зависимости от количества отправленных туристов, министерство направит на продвижение страны с помощью российского телевидения, а также на совместную рекламу с российскими партнерами.

Кстати, Главное управление по туризму Республики Хорватии предлагает четыре схемы работы для проведения совместной рекламной компании. Каждая из них предполагает, что 50% расходов на рекламный проект возьмут на себя иностранные туроператоры, вторая половина затрат делится между участниками с хорватской стороны. Ими могут быть национальная туристская администрация, туристические офисы областей, районов и городов или коммерческие структуры и компании.

Сравнивая развитие туризма в динамике, следует подчеркнуть, что уже в начале XXI века хорватский туризм возвратился на мировой рынок и доказал, что он может стать движущей силой для развития страны. Еще в 2000 году число ночевок составило 36-37 млн., что на 40% больше, чем в 1999 году, и на 18% - чем в 1998 году. Доход от туризма в 2000 году составил свыше $3,5 млрд. В настоящее время доля Хорватии в Средиземноморском туризме составляет 3%, но она может быть увеличена до 10%, если темпы развития будут сохранены. Кстати, национальное правительство заявило, что оно понимает важность развития туристической отрасли и будет всячески этому содействовать

В 2001 году прошел второй активный туристический сезон: страну посетили 8 млн. туристов. Основной поток был из Германии, Италии, Чехии, Словакии, Австрии, а из России приехало только 50 тыс. человек - менее 1%. Индустрия гостеприимства в тот период получила доход в $3,75 млрд., хотя по сравнению с 1990 годом общее число туристов было меньше на 20%.

В середине 2002 года хорватским правительством была разработана программа, которую назвали «Шаг к успеху». Она предусматривает государственное кредитование реконструкции старинных и самобытных домов, частных апартаментов и маленьких семейных гостиниц. Говорится в ней и о восстановлении объектов, ценных с туристической точки зрения, а также о поддержке и развитии культуры, старинных ремесел и обычаев. Чтобы привлечь в туристическую отрасль свежие силы, решили не отказывать в предоставлении средств людям, желающим работать в туризме, но не имеющим достаточного опыта. Государство берет на себя финансирование промоушн-акций, инфотуров для прессы, предоставляет субсидии операторам, в том числе российским, которые предлагают круглогодичные турпакеты в Хорватию.

Особое внимание программа уделяет раскрутке приключенческого туризма. Очень уверенно Хорватия переходит от туризма услуг к туризму приключений. Аренда яхт и круизы вдоль побережья, велотуризм и рафтинг, прыжки с парашютом и джип-сафари, конные прогулки и игра в гольф – все это и еще многое другое, что эксперты называют легким авантюризмом, можно найти на Адриатическом побережье. Ну а тем, кто не любит будоражить кровь, предлагается агротуризм с проживанием в старинном доме.

Говоря о новых курортах, нельзя не упомянуть, что в период сезона туристы могут отдохнуть на полуострове Превлака. Здесь долго располагалась военная база, потом были расквартированы войска ООН, а сейчас постояльцев ждут 300 апартаментов и конгресс-центр.

Сейчас у страны новая торговая марка туризма: «Хорватия – дух древности, величие природы», которая активно продвигается на мировые рынки и, как отмечают эксперты, уже приносит результаты.

Стратегия культурного туризма. Хорватия имеет, причем и в континентальной, и приморской своей части, большие возможности для развития культурного туризма, хотя он часто остается в тени пляжного отдыха.

Богатство исторического наследия городов и сел, достопримечательности мирового значения, находящиеся под защитой ЮНЕСКО (Старый город Дубровника, Эфразиева базилика в Порече, Собор в Шибенике, город Трогир и дворец Диоклетиана в Сплите), другие памятники (Арена в Пуле и Салона под Сплитом), многочисленные музеи, концерты и театральные представления как основа для туристических программ - это огромный, но еще не до конца использованный потенциал хорватского культурного предложения.

Министерство туризма Хорватии разработало, а правительство страны приняло Стратегию развития культурного туризма. Рост образовательного уровня, прирост числа путешественников старшего возраста, которые проявляют больший интерес к культуре, чем к «солнцу и морю», и желание как можно полнее использовать свободное время - главные причины возрастания интереса к культурному туризму.

О том, чтобы ресурсы культуры превратить в туристический продукт, указано в Стратегии, будут гораздо больше, чем раньше, заботиться и деятели культуры, и сами турфирмы, и работники гостиниц, и система туристических объединений.

Совместными усилиями они превратят культурные достопримечательности и события в турпродукт, будут его рекламировать на внутреннем и зарубежном рынках и позаботятся об их адекватной презентации на местах. С учетом того, что и до сих пор этого продукта было достаточно, но он находился «в тени», туристам впредь будет предлагаться больше программ, включающих в себя культурное предложение или полностью посвященных таковым. На местах туристам будет также предложено гораздо больше культурных программ, которые покажут гостям «другую» Хорватию.

Всемирно известным скульптором двадцатого века Иваном Местровичем гордится вся Хорватия. Его работы можно увидеть на площадях многих городов страны, кроме того, по его проектам было построено много зданий, включая Музей хорватской истории в Загребе. Основными представителями хорватской литературы являются: драматург XVI века Марин Джжик и романист, драматург и поэт 20 века Мирослав Крлеза, последней работой которого является многотомная сага о хорватской жизни в 20-е века – «Знамена».

Уместно сказать, что хорватская народная музыка сочетает в себе много разных стилей. Коло – живой славянский танец танцуют под аккомпанемент цыганских скрипок или тамбуры, хорватской мандолины.

Звуки нежной далмацкой гитары и аккордеона напоминают итальянскую музыку. Что касается религиозной стороны жизни, то заметим: хорваты – римские католики, а сербы – православные. Православные преклоняются перед иконами, разрешают священникам жениться, и не признают власть Папы Римского. Кстати, подавляемый во время коммунистического правления римский католицизм ныне возвращается с триумфом, и по воскресеньям церкви переполнены. Мусульмане составляют 1,1% населения, протестанты - 0,4%. В Загребе есть небольшое еврейское сообщество.

Хорватская национальная кухня исключительно богата и разнообразна. Основанная на античной традиции, далматинская кухня испытала на себе непосредственное влияние итальянской кухни, особенно блюда из рыбы и даров моря. Хорваты предпочитают, чтобы в пище было немного масла. Основными блюдами являются: бурек (пирог с мясом или сыром) и пироска (сырный пончик). На Адриатическом побережье распространены блюда из морепродуктов, включающие: прстаки (моллюски), далмацкий бродет (разные виды рыбы, жареные с рисом). Во внутренних областях страны любимым блюдом является манистра од бобика (бобовый или кукурузный суп) или струки (печеные сырные клецки). Практически в каждом регионе страны производят собственный сорт вина. Белые сорта, более слабые, распространены на севере, а красные - юге страны. В хорошем ресторане можно пообедать на сумму $8-20.

Дворцы, атриумы и площади старых городов становятся для жителей страны и многочисленных зарубежных туристов сценами традиционных международных фестивалей: летний фестиваль в Дубровнике, фестиваль кино в Пуле, "Сплитское лето", "Музыкальные вечера в Задаре", "Загребские вечера на Гриче", Вараждинские вечера барокко и т.д.

Достопримечательности столицы и древних городов. Загреб является столицей Хорватии с 1557 года, и в городе до сих пор много средневекового. Хотя Загреб пострадал от бомбардировок в 1995 году, но ущерб не был значительным, и достаточно быстро все было восстановлено. Многие музеи до сих пор закрыты, некоторые для ремонта и обновления экспозиции. В городе есть несколько приятных дорогих отелей неподалеку от главного вокзала, но дешевые гостиницы и гостевые дома не так-то просто найти.

Две башни в нео-готическом стиле Собора Успения Святой Девы Марии (бывшего собора Святого Стефана) были построены в 1899 году, но до сих пор сохранились части средневекового собора, стоявшего когда-то на этом месте. Здесь можно увидеть фрески 13 века, скамьи эпохи Возрождения, мраморный алтарь и престол в стиле барокко. К северо-западу от центру города находится Башня Лотрсчак, с которой

открывается великолепный вид на город. Посетите Галерею Кловичеви Двори, где хранится большая коллекция произведений искусства. Неподалеку расположены: Церковь Святого Марка, с расписной крышей и скульптурами Ивана Местровича; Музей естественной истории; Исторический музей Хорватии; и Городской музей, разместившийся в здании бывшего монастыря.

В Нижнем городе тоже много музеев. Павильон искусства владеет коллекцией современного художественного искусства, а в Галерее Штроссмайера хранятся работы старых мастеров и древние рукописи. В Археологическом музее выставлены экспонаты, относящиеся к доисторической эпохе и средневековью и египетские мумии. Позади музея находится Сад римских скульптур.

На западе города находится Музей Мимара. Это одна их самых интересных художественных галерей в Европе. В расположенной в здании в стиле Ренессанс, галерее хранится частная коллекция Анте Топика Мимары, который подарил тысячи бесценных экспонатов своему городу. Здесь много картин итальянских, испанских и голландских мастеров, и кроме того, стекло, скульптуры и экспонаты, посвященные восточному искусству. Еще одной достопримечательностью Загреба является Мирогой – одно из самых красивых кладбищ в Европе, расположенное на севере от города. Здесь также есть несколько мавзолеев, а английские сады окружают длинную галерею XIX века, построенную в стиле эпохи Возрождения.

Дубровник называют «Жемчужиной Адриатики», а жителей - главной достопримечательностью страны. Город был основан в VII веке, а свой нынешний облик приобрел в XVI-XVII вв., в эпоху его бурного роста и развития. Старый Дубровник, прекрасно сохранившийся сквозь века, расположен на небольшом полуострове и окружен мощными крепостными стенами и морем. Единственный вход в город - это ворота Пиле, через которые обычно входят в Дубровник туристы.

В период боснийского конфликта, в 1991-92 годах Дубровник оказался в эпицентре боевых действий. В течение более полугода город регулярно подвергался бомбардировкам и артобстрелам со стороны боснийских сербов, позиции которых пролегали не более, чем в 2 километрах от центра города. Городу был нанесен колоссальный урон, более 2/3 памятников было повреждено, или уничтожено, а сотни жителей были убиты.

Однако в последние несколько лет Хорватия приложила максимум усилий для восстановления своей туристической житницы. В наши дни, гуляя по Дубровнику, уже довольно трудно найти следы тех событий. Хотя на многих домах, особенно в стороне от главной торговой улицы

Плаца - по-прежнему можно обнаружить на стенах домов следы пуль и осколков снарядов. Более того, есть заминированные территории, но туда туристов не пускают.

Дубровник несомненно заслуживает того, чтобы провести в нем как минимум 2 дня, однако, чтобы получить общее впечатление о городе, достаточно провести в нем 3-4 часа, при этом разумеется обойдя вниманием его музеи, выставочные павильоны и многое другое.

Пореч - наиболее известный курорт Истрии, в котором расположено не менее половины всех отелей северо-западной Хорватии. К сожалению, как и в случае Дубровника - здесь трудно найти недорогой кемпинг, пансион, или отель. Старый город Пореча хорошо сохранился, множество церквей, дворец и просто колоритные средневековые кварталы в венецианском стиле, несомненно заслуживают интереса.

Базилика Ефразиуса - наиболее важный и ценный памятник в Порече. Она была построена на развалинах более ранней базилики, в первой половине 6 века в период правления епископа Ефразиуса. Во время экскурсии туристам предлагают подняться на колокольню, откуда открывается красивый вид на Пореч и его окрестности. Комплекс Базилики Святого Ефразиуса был признан ЮНЕСКО в 1997 году одним из наиболее значительных мировых памятников архитектуры. Город славится добротным вином, сырами, оливковыми рощами и оливковым маслом.

С автостанции города отправляются регулярные автобусы в Порторож, Словения (2 раза в день), Триест (Италия, 1-2 раза в день), Любляна (Словения, дважды в день), 6 автобусов в Ровинь, 10 - в Загреб, 6 - в Риеку, 5-7 - в Пулу. Существует так же паромное сообщение с итальянским Триестом, паром ходит 3-4 раза в неделю и стоит $15 в одну сторону. Точное расписание следует уточнить на месте.

Мотовун - старинный живописный городок, почему-то не фигурирующий ни в одном из путеводителей, даже в знаменитом "Lonely Planet". Между тем Мотовун заслуживает того, чтобы если не ехать туда специально, то хотя бы посетить его по пути, либо, если турист отдыхает на побережье Истрии (в Порче, Ровине, или Пуле), то можно съездить в Мотовун на полдня.

Укрепленный мощными стенами городок расположен на вершине горы, возвышающейся над туманной долиной. Мотовун совершенно не изменился за последние столетия, толпы туристов не нарушают его магической тишины. За стенами Старого города несколько красивых средневековых церквей, мощеная площадь, узенькие петляющие улочки расходятся от площади во все концы города-крепости.

Пула – город, расположенный на юго-западе полуострова Истрия в широком защищенном от ветров заливе. Прекрасно сочетает в себе

культуру и архитектуру старого и нового города, вдохновляющую во все времена знаменитых художников и композиторов на написание шедевров. Сейчас Пула - крупный морской порт и международный туристический центр. В старом городе прекрасно сохранились древние памятники архитектуры, такие, например, как амфитеатр, построенный в I веке.

Пульский амфитеатр - самый известный памятник архитектуры старого города. Он был построен во времена Римской империи в правление императора Веспасиана, но в нем и сейчас проводятся кинофестивали и ставятся театральные спектакли! Во времена древности амфитеатр, если верить преданию, вмещал до 20000 зрителей. Сейчас на представления могут попасть до 5000 зрителей. Амфитеатр расположен вне стен старого города. А дорога, соединяющая амфитеатр с центром города, построенная также во времена Веспасиана , и по сей день является одной из главный городских магистралей.

Ровинь - небольшой старинный городок, расположенный на западном побережье полуострова Истрия в 45 км к северу от Пулы. Первое упоминание о городе относится к 4 веку, однако свой теперешний облик он принял только в 17 веке и на сегодняшний день. Туризм начал развиваться здесь в прошлом веке и сейчас Ровинь полноправно является центром элитного туризма. Ровинь имеет богатое культурное наследие.

Основными достопримечательностями являются Городская Ратуша, Церковь Святой Ефремии, Часовня Святой Троицы, Францисканский монастырь. Летом в городе проводятся различные мероприятия: Международный Молодежный фестиваль, фестиваль поп-музыки, Международная Регата, фестиваль фотографов. Одной из современных достопримечательностей Ровиня является аквариум, основанный еще в прошлом веке.

Следует сказать и о **Умаге** - небольшом живописном старинном городке на северо-западном побережье Истринского полуострова, недалеко от границы со Словенией. Умаг является "Воротами в Европу" для Хорватии: до итальянского города Триест от Умага 40 километров, 150 км до Любляны и всего 50 морских миль до Венеции.

Кроме того, в Умаге ежегодно проводятся теннисные турниры. Исторический центр города ранее располагался на острове, который в наше время был соединен с сушей перешейком. Город красиво сочетает в себе культуру и архитектуру прошлого и настоящего, древние архитектурные сооружения, сохранившиеся со времен кельтов и римлян и современные строения отелей, спортивных центров, расположившихся на побережье.

Опатия - самый популярный и фешенебельный курорт северной Адриатики, красота которого восхищала многих знаменитостей. Уже в

начале прошлого века, благодаря уникальному расположению и прекрасному микроклимату, Опатия была признана лучшим "климатическим курортом" Европы. Здесь растут бамбук, камелия, пальма, магнолия, а туристический сезон продолжается круглый год. Роскошные виллы города могли бы рассказать множество легенд о сильных мира сего, побывавших здесь. Историей дышит каждый дом, каждый парк и это делает Опатию, бережно сохранившую всю прелесть ушедших веков, еще более привлекательной. В летние месяцы исторические места распахивают свои двери современному искусству.

Информация для туристов. Национальная валюта Республики Хорватии - хорватская куна (HRK). В обороте денежные знаки достоинством в 5, 10,20,50,100, 500 и 1000 кун, а также монеты достоинством в 1, 2 и 5 кун и 10, 20 и 50 лип. Иностранная конвертируемая валюта обменивается в банках, официальных обменных пунктах, на почте и т.д. согласно действующему курсу валюты. Оплату помимо наличных денег можно совершать кредитными карточками (American Express, Diners Club , Eurocard/Master Cart ,Visa, JCB)

Обмен оставшихся неистраченных кун на какую-нибудь иностранную валюту иностранные граждане при выезде из Хорватии могут произвести только в банках, на основании справки об обмене валюты.

Банки и почтовые отделения работают главным образом с 7.00 до 19.00 (20) часов, без перерыва. Государственные учреждения работают с понедельника по пятницу с 8.30 до 17 часов. Продовольственные магазины и универмаги работают (в большинстве случаев) непрерывно с 6.00 до 19.30 ч., суббота – короткий рабочий день (до 14.00 ч).

Праздники: 1 января, 1 мая, 30 мая, 22 июня, 15 августа, 25 и 26 декабря. Выходными днями являются также 6 и 7 января, Пасхальный понедельник, Рамадан-Байрам и 1 ноября.

Транспорт: граждане Узбекистана могут добраться до Хорватии по маршруту Ташкент-Франкфурт-на-Майне-Загреб на совместных рейсах «Люфтганза», «Узбекистон хаво йуллари» и национальной хорватской авиакомпании. Данные стыковки весьма удобные. Второй вариант – через Москву на совместных линиях «Узбекистон хаво йуллари» и «Аэрофлот».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Загреб, транзит, путешественники, памятники, война, Дубровник, курорт, море, кун, банки, праздники, традиции, культура, инфраструктура, инвестиции, гостиницы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Каковы черты хорватской модели туризма?
2. В чем специфика туристского сервиса в Хорватии?

4.3. РАКИЯ, ПЕРЕЦ И СОЛНЕЧНЫЙ ЛУЧ: МОДЕЛЬ БОЛГАРСКОГО ТУРИЗМА

Черты модели:

- благоприятное географическое расположение;
- западные инвестиции (Германия);
- увязка в паневропейской транспортной коммуникации;
- наличие хорошей инфраструктуры;
- развивающийся сектор услуг;
- облегченная система формальностей;
- богатое историческое наследие;
- этнографическое многообразие.

Экономические показатели развития отрасли. Туризм Болгарии занимает одно из ведущих мест в экономике страны. По оценкам экспертов, эта отрасль занимает около 10% валового внутреннего продукта. Только в 2003 году доходы от туризма составили €1,46 млрд. при расходе около €661,1 млн., то есть сальдо равнялось €800 млн., а для численности 8 млн. жителей страны это значительная цифра (практически €100 душу населения). В 2004 году финансовые результаты возросли на 20%, достигнув €1,7 млрд. Безусловно, эти данные свидетельствуют о том, что болгарский туризм вышел на мировой уровень, а его инфраструктура соответствует требуемым стандартам (см. таблицу № 4.6).

Как видно из таблицы, на 100 болгар, выезжающих за границу, приходилось 103 иностранных туриста, въезжающих в Болгарию. Между тем, темп прироста выездного туризма в Болгарии был выше, чем въездного. Это означает, что страна пока импортирует турпродукты, чем сама оказывает услуги приезжим.

Следует заметить, что во въездном туризме, несмотря на не столь значительные абсолютные объемы, высокие темпы прироста показали такие страны, как Ирландия, Словения, Кипр, Венгрия, Польша, Великобритания. Интенсивные показатели были отмечены в выездном туризме Болгарии в Португалию, Швейцарию, Италию. Несомненно и то, что возросший материальный достаток и социальный статус позволял болгарам совершать туристические поездки: практически в 2004 году в другие страны путешествовало 48% жителей Болгарии.

К сожалению, Узбекистан пока не входит в список тех стран, жители которых предпочитают отдых в Болгарии: за 2004 год сюда с туристскими целями прибыло всего 30 узбекистанцев. В связи с этим официальная София приняла решение с 1 апреля 2005 года отменить визовой сбор для граждан центральноазиатских республик. Безусловно, это должно

сказаться на увеличении турпотока из этого региона и доступе к услугам болгарского туризма.

Таблица № 4.6. Показатели международного туризма Болгарии за 2004 год

№	Иностранные визиты в Болгарию			Выезд болгар за рубеж		
	Страна	Кол-во	В % к 2003 году	Страна	Кол-во	В % к 2003 году
1	Греция	707453	+29,17	Турция	1352356	+20,68
2	Македония	655974	-2,44	Греция	560202	+16,12
3	Сербия и Черногория	576965	-2,50	Сербия и Черногория	413500	-5,87
4	Германия	565337	+5,75	Германия	259240	+3,62
5	Великобритания	259092	+62,60	Македония	229902	+3,51
6	Россия	120523	-0,67	Румыния	193710	+23,6
7	Чехия	102045	+30,17	Италия	138838	+38,91
8	Польша	99684	+61,25	Испания	120419	+30,41
9	Швеция	96131	+31,43	Австрия	94593	+19,77
10	Румыния	91539	+19,43	Великобритания	60366	+23,27
11	Израиль	79172	+14,65	Франция	58234	+14,96
12	Словакия	75253	+17,74	США	45903	+12,81
13	Финляндия	58463	+19,72	Бельгия	41825	+13,36
14	Дания	52594	+23,15	Нидерланды	40367	+12,75
15	Франция	48634	+35,98	Чехия	29705	-11,43
16	США	39276	+26,18	Россия	23821	+4,74
17	Турция	37600	+13,92	Швейцария	22602	47,02
18	Венгрия	33028	+51,17	Венгрия	22217	+9,94
19	Австрия	32219	+38,79	Польша	20043	-2,19
20	Бельгия	30022	-6,69	Украина	18557	+17,04
21	Украина	29793	-29,71	Кипр	14024	-1,36
22	Италия	28337	+15,28	Израиль	11197	+15,46
23	Голландия	25874	+19,09	Португалия	8830	+62,17
24	Норвегия	21403	+37,15	Канада	7530	+19,45
25	Швейцария	20085	+39,43	Хорватия	6660	-28,56
26	Кипр	13400	+52,93	Арабские Эмираты	5495	+27,32
27	Беларусь	12037	-1,38	Швеция	5489	+13,90
28	Словения	11824	+73,4	Дания	5383	+8,66
29	Ирландия	11460	+83,39	Молдова	4703	+28,25
30	Испания	9638	+40,27	Словения	3948	+21,07
	Всего	**4010326**	**+13,56**		**3881693**	**+14,05**

Между тем, 24 июня 1998 года в Софии было подписано узбекско-болгарское межправительственное соглашение о сотрудничестве в сфере туризма. В преамбуле была отмечена мотивация этого документа: «...сознавая, что туризм является важным средством для укрепления взаимопонимания и дружественных отношений между народами двух государств, выражая желание способствовать лучшему ознакомлению с историческим и культурным наследием, и сохранению природных

ресурсов обеих стран». Кроме того, соглашением отмечено, что государства будут;

- поддерживать и поощрять деятельность своих государственных туристских администраций в установлении и развитии сотрудничества между организациями, предприятиями и компаниями обоих государств, участвующих в развитии международного туризма;

- стремиться к упрощению административных формальностей, связанных с туристским обменом;

- способствовать расширению как организованного группового, так и индивидуального туризма, обмениваться специализированными группами с целью посещения спортивных мероприятий, музыкальных и театральных фестивалей, выставок, симпозиумов, конгрессов, в том числе и в лечебных целях;

- оказывать помощь друг другу в подготовке профессиональных кадров для сферы туризма, обмене специализирующимися в области туризма научными работниками и специалистами, а также способствовать всесторонним контактам и совместной деятельности организаций обоих государств, осуществляющих исследования в этой области.

Туристический потенциал страны. Предпосылкой для столь стремительного развития туристского сектора Болгарии являются значительные и разнообразные природные и материальные ресурсы, которыми располагает страна. Хотя она занимает всего лишь 2% территории Европы, между тем, здесь сохранилось более 40 тыс. памятников культуры, семь из которых, кстати, занесены в Список мирового культурного наследия ЮНЕСКО, 36 культурных заповедников, 160 монастырей, 330 музеев и художественных галерей.

В Болгарии много лет функционируют особо охраняемые природные территории – это 3 национальных и 10 природных парков, значительное количество заповедников и других достопримечательностей. Например, особо востребованными туристами являются минеральные источники с разнообразными химическими и термальными характеристиками. Общий дебит этих 550 месторождений, насчитывающих 1,6 тыс. минеральных источников, превышает 4,9 тыс. л/сек. Более того, страна располагает 85% экологически чистых пахотных земель, что создает предпосылки для аграрного туризма.

Несомненно, Болгария гордится своей великолепной природой, древней историей и самобытной культурой. Ее пейзаж испестрен очаровательными горными массивами альпийского типа, а морской берег покрыт золотистым песком. Символическими продуктами Болгарии выступают кислое молоко, розовое масло и ароматные вина.

В таблице № 4.7 приведен SWOT-анализ туристского потенциала страны, который основан на таких ключевых факторах, как по:

- организационной структуре;
- инфраструктуре;
- человеческим ресурсам;
- устойчивости;
- ценообразованию;
- степени инновации;
- предоставляемым услугам в сфере туризма;
- рекламе и связи с общественностью.

Трансформационный период. В годы экономических и социальных реформ были достигнуты определенные результаты в интеграции в болгарскую туристскую отрасль новых образовательных стандартов на базе соответствующих центров. Так, были созданы:

- Голландский центр (период 1990-2005 годы) по проекту голландского правительства, который в мае 1999 года решением Парламента Республики Болгарии был объявлен первым самостоятельным ВУЗом в Болгарии по туризму;

- Международный институт по менеджменту в 1993 году и его развитие как звена для научно-производственной деятельности в сфере туристического бизнеса;

- Французский центр (в период 1996-2004 гг.) по проекту французского правительства, который с сентября 2004 года приглашен и утвержден как факультет и Программа при самом престижном частном ВУЗе Болгарии – Новом Болгарском Университете, София;

- Европейский институт по культурному туризму в 2001 году и успешное развитие специализированных и альтернативных форм туризма в Болгарии;

- Учебный тренировочный центр по профессиональному обучению „Эврика" (в период с марта 2003 по апрель 2005 года), официально регистрированного Советом Министров Республики Болгария, имеющего представительства в 20 городах и курортах страны, а также представительство на Украине, Кировоградская область; предстоит открытие его филиала в Румынии, городе Яш;

- Немецкий центр в марте 2004 года под названием Международная туристическая академия ИТАКА по моделям существующих в Берлине и Штутгарте профессиональных академий, с намерением обслуживать интересы нуждающихся в профессиональном обучении по специальностям сферы индустрии туризма во всей Юго-Восточной Европе. Работа по созданию в близком будущем первого частного болгарского Бизнес Университета в городе Добрич.

Болгария и до 1989 года развивала туризм, как крайне необходимую отрасль, а каждый болгарский черноморский курорт превращался в "берег дружбы". Этим сектором экономики руководил Комитет по

Таблица № 4.7. SWOT-анализ туризма в Болгарии

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:
Эффективная работа Болгарской Ассоциации Туризма (БААТ) и Болгарской Ассоциации Сельского и Экологического Туризма (БАСЕТ). Развитие частного туристического бизнеса. Нет острой необходимости в крупных инвестициях. Более 90% туристического бизнеса находится в частном владении. Известность. Способность сохранять низкие цены на услуги в сфере туризма. На данный момент уже разработаны туристические программы для пешеходного туризма, прогулки верхом и на велосипеде, на снегоходах и лыжах. Реклама об альтернативных формах туризма расположена в сети Интернет. Организируются рекламные туры для иностранных журналистов и туроператоров. Реклама, включая в СМИ.	Недостаточно определенная стратегия (на национальном уровне) развития сферы туризма. Слабая коммуникация. Недостаточная заинтересованность со стороны местных органов власти. Нерациональное использование ресурсов. Отсутствие краткосрочных инвестиций. Слабая инфраструктура. Наблюдается ухудшение качества образования среди населения горных районов (особенно популярных для альтернативного туризма). Недостаточный уровень подготовки. Отсутствие специализированных центров профессиональной подготовки по направлениям: горного, экологического и сельского туризма. Недостаточно высокий уровень туристов в соответствии с достаточно низкой ценой туристических услуг. Разница в цене на туристические услуги для граждан Болгарии и иностранцев. Недостаток в предложении туристических услуг. Недостаток информации о туристическом рынке. Проводящиеся в Болгарии туристические выставки не имеют своей определенной целевой группы. Устаревшие печатные издания. Отсутствие единого Интернет-портала болгарского туризма
ОПАСНОСТИ:	**ВОЗМОЖНОСТИ:**
Международные и региональные конфликты. Недоступность финансовых ресурсов. Сравнительно низкие цены являются угрозой создания имиджа "дешевизны". Отсутствие информационных ресурсов внутри страны. Миграция населения. Исчезновение национальных ремесел. Отсутствие предложений, ориентированных на клиента внутреннего рынка. Серьезные экологические проблемы. Конкуренция со стороны других восточно-европейских стран - Словения, Хорватия.	Основная перспектива развития болгарского альтернативного туризма кроется в еще неиспользованных и неизученных природных и культурно-исторических ресурсах. Ряд финансируемых программ и проектов прямо или косвенно связаны с туризмом. Проведение регулярных маркетинговых исследований. Создание тематичных маршрутов. Введение единых стандартов. Полноценное использование потенциала. Использвание «стратегически удобного» географического положения страны. Деятельность руководства национальных и природных парков.

туризму, относящийся к Совету Министров, который исполнял и координировал всю туристическую деятельность - новое строительство, реконструкцию и модернизацию, обучение персонала. "Система туризма" была специфической сферой деятельности, которая централизовано предоставляла туристов и распределяла их по курортам и отелям, присуждала категории отдельным гостиницам и ресторанам, определяла их меню, вес порций, цены на продукты и напитки. Международная торговая организация "Балкантурист", занимающаяся иностранными туристами в стране была практически без конкуренции, так же, как и национальный воздушный перевозчик Болгарская Гражданская Авиация "Балкан".

Сотрудники сферы туризма имели две основные задачи - реализовывать отданные „сверху" указания и точно выполнять профессиональные обязанности, максимально удовлетворяя требования туристов в соответствии с введенными национальными стандартами. Однако с годами было замечено, что государство является плохим экономистом и хозяином. Навязанная коньюнктура, отсутствие профессионализма, безответственность, недостаточное знание психологии иностранных туристов, слабое владение иностранными языками, назначение руководящих кадров, а не их рост на месте, отсутствие конкуренции и многое другое довели туризм к концу 80-х до весьма плачевного состояния. Бедная инфраструктура, неподдержанная база, отсутствие современных технологий, занижение критерий к гигиене и, в конечном результате - низкокачественный туристический продукт в целом, отлив потока туристов, полупустые гостиницы, низкие цены и все более уменьшающийся доход.

В начале 90-ых произошел резкий спад национальной экономики. Болгария взяла путь развития рыночной экономики, но целых 7 лет искала свой особенный "болгарский" путь перехода. Эта медлительность привела к срыву экономики, поголовному закрытию государственных предприятий, резкому обеднению населения, массовой безработице, девальвации национальной валюты, усилению эмиграционных процессов. Особенно пострадали деревни, пограничные районы и небольшие города.

Однако на фоне общей разрухи все более отчетливо стало заметно, что только отрасль туризма до сих пор жива и приносит доходы, хотя и намного ниже возможностей и желаний. В тот период туризм был определен как приоритетная отрасль национальной экономики. Был принят Закон о туризме. Были созданы Совет по туристическому обучению под председательством Министерства образования и Комитета по туризму. Началась массовая приватизация предприятии. Были приняты две формы приватизации - рабоче-управленческая и прямая

продажа на торгах. В туристическом комплексе Албена около 10 тыс работников и служителей и 140 тыс. граждан вложили акции в создание акционерного общества "Албена", которое выкупив их, стало владельцем 40 отелей на 11 тысяч мест на Черноморском берегу. В более крупных туристических комплексах "Золотые пески" около Варны и "Солнечный берег" около Бургаса, каждый более чем на 20 тыс. мест отели были проданы отдельным владельцам - болгарским гражданам.

В 1997 году Болгария твердо заявила о своем желании стать кандидатом в члены Европейского Союза. Был начат процесс интеграции страны в различные европейские структуры и адаптация болгарского законодательства с общеевропейским.

В сфере туризма начали учреждаться региональные советы. В каждой общине один из заместителей мэра принял обязанность наблюдать за этим сектором.

Начали создаваться национальные и региональные ассоциации в туристической отрасли - Болгарская ассоциация гостиничного и ресторанного дела. Болгарская ассоциация частных управляющих гостиницами и ресторанами, Болгарская ассоциация туристических агентств, Болгарская ассоциация альтернативного туризма, Болгарская ассоциация сельского и экотуризма. Не отставали и региональные ассоциации в специфических районах - Пирин, Стара Планина, Родопы.

Был создан Национальный совет по туризму. Все эти заботы показывали, что доходы от туризма, которые уменьшились до нескольких сотен миллионов долларов ежегодно, начали медленно расти. Постепенно туризм начал приобретать восходящую форму развития и о нем стали говорить, как о главенствующей отрасли болгарской экономики. В 2001 году доходы достигли около $1 млрд., в 2004 году превысили $2,1 млрд., а 2005 году достигли $3 млрд.

Известны реформы, предпринятые туристическим комплексом Албена, где были предприняты следующие шаги:

Проведена быстрая реконструкция и модернизация всей базы - 40 гостиниц, 26 ресторанов и еще более 50 заведений питания и развлечения, с целью приобретения более привлекательного вида и представления большего удобства для туристов.

Заключены договора о совместном вложении инвестиций в комплекс с ведущими туроператорскими фирмами в Германии и Скандинавских странах. После завершения активного сезона, который длится от мая по октябрь, после окончания финансовых взаимоотношений иностранные фирмы выразили претензии относительно инфраструктуры и состояния базы в целом. Администрация Албены взяла на себя ответственность привести все в желаемое состояние к следующему сезону с условием, что часть оплат за следующий сезон предварительно будут переведены Албене

сразу же не позднее ноября. Эта формула сработала очень успешно, так как обе стороны имели интерес в обслуживании большего числа туристов, которые были бы более довольными размещением и питанием. Здесь проявилась одна от самых серьезных черт новых рыночных отношений - доверие, точность и работа в команде. Если до этого Албена модернизировала максимум 1 отель за сезон, то только за последние 6 лет и до конца 2005 года будут целиком модернизированы все 40 отелей комплекса. Албена стала более привлекательным и поддержанным курортом с доходом в почти несколько миллионов долларов ежегодно.

Комплекс обеспечил обучение своих кадров. Албена выставила свою кандидатуру и выиграла проект голландского правительства о создании "Болгарско-голландского института по менеджменту" по модели и с учебными программами, предоставленными Высшей школой Гостиничного хозяйства Маастрихт.

Интересен проект Албены, как стандарта туризма Болгарии, который реализовывал несколько основных задач:

1. Создание центра по подготовке по современным методам обучения и по западноевропейским стандартам с целью:
   - новой квалификации;
   - переквалификации;
   - повышения квалификации
   - обучения безработных.

2. Разработка курсов:
   - обучение языкам;
   - профессиональное обучение;
   - тренинг для персонала;
   - обучение будущих менеджеров.

3. Создание команды из тренинг-менеджеров:
   - обеспечение тренинг-менеджеров из Голландии;
   - обучение будущих болгарских тренинг-менеджеров в Албене.

4. Создание высшего профессионального института с бакалаврской программой по «гостиничному хозяйству» с преподаванием на английском языке.

5. Создание коллектива молодых болгарских преподавателей, окончивших иностранные университеты и специальные высшие школы

6. Разработка специальной программы 3-4-летнего обучения будущих болгарских преподавателей наравне со студентами по программе Маастрихта.

7. Специализированная одномесячная стажировка болгарских преподавателей в Маастрихте.

8. Предоставление студентам 2-х обязательных летних трехмесячных практик после первого и второго курсов в Болгарии, Голландии, а позднее

в Германии, ЮАР, США, Греции, Великобритании, Кипре и в других странах.

9. Соблюдение всех требований по качеству обучения, введенных нашими голландскими партнерами, в результате чего воспитанники Албены получают голландский диплом о высшем образовании из Маастрихта.

10. Легализация Болгарско-голландского института, как самостоятельного негосударственного института высшего образования "Международный колледж" - Албена.

Начав работу 9-го марта 1992 года, до 2005 г. обучение в Тренинг-центре прошло более 3,2 тыс. человек. Первый учебный год 1 сентября 1992 года начался с 25 студентами , а в настоящее время здесь более 525 студентов по нескольким специальностям, подчеркнул эксперт Красен Русев, президент Европейского института культурного туризма «Эврика».[79]

По мнению экспертов, существуют определенные барьеры в развитии туристской сферы. В частности, иностранные граждане все еще не имеют права покупать землю и это в большей степени ведет к ограничению присутствия стратегических инвестиций. Рамки закона начинают устаревать и существует необходимость их актуализации и усовершенствования. Туризм продолжает доказывать, что является самым существенным сектором страны, но до сих пор не создано Министерства по туризму, и отрасль является частью Министерства экономики. В стране все еще не открыт государственный или частный университет по туризму или специализированный высший институт .туризма, предлагающий бакалаврские и магистрские программы с практической направленностью.

Новые владельцы чаще всего предпочитают назначать работников и служащих, у которых нет туристического образования и подготавливают их на месте, в то время как государственные университеты, которые готовят магистров по туризму, предлагают только академический тип образования, и выпускники не имеют никаких практических навыков.

Любители гор найдут для себя достойные маршруты. В Болгарии расположено 16 гор, занимающих 1/3 территории страны. Однако, каждая из них отличаются собственной красотой и очарованием. Здесь находится самая длинная цепь (Стара-планина) и самый высокий массив на Балканах (Рила). Высота гор колеблется от 600 метров до 2925 м над уровнем моря. Турист, осуществляющий треккинг, на своем пути встретит глубокие пропасти, острые вершины, живописные речные

[79] Из выступления на семинаре 27 ноября 2005 года в Ташкенте на конференции «Образование для взрослых в рамках подготовки специалистов для бизнеса и туризма»

долины и величественные ущелья. Здесь более 400 естественных озер и свыше 1,5 тыс. водохранилищ, до 80% территорий гор покрыты лесами, кстати, именно здесь произрастает Байкушева сосна в Пирне, которой 1,3 тыс. лет.

Следует заметить, что горнолыжная инфраструктура здесь хорошо развита, зимние курорты отличаются относительно низкими ценами. Так, Боровец – самый старый и большой горный курорт Болгарии, расположенный в северо-восточной Риле, всего в 70 км от столицы, на высоте 1350 м. В начале 70-х годов прошлого столетия Боровец развивался как международный центр лыжного спорта и ныне считается эмблемой зимнего туризма. Курорт располагает номерным фондом 5,0 тыс. мест, здесь обрабатываются 9 трасс с различной степенью трудности, две из них освещаются для любителей ночных спусков. Транспортная система представлена двумя канатными и десятью буксирными дорогами. Разнообразно и предложение: лыжный спуск и гонки, биатлон, сноуборд, «дикие лыжи» (катание на необработанных трассах), прыжки с трамплина. Следует подчеркнуть, что в Боровце функционируют спортивные школы для взрослых и детей, где преподают более 200 инструкторов. Покорители пика Мусалла (2,9 км) могут лицезреть ландшафт Балканского полуострова вплоть до Эгейского моря.

В Риле расположен монастырь, основанный в X веке, он считается памятником архитектуры Возрождения и включен в список мирового культурного наследия ЮНЕСКО. Для любителей самобытной культуры этот регион предложит туры в Самоков, Бели Искыр, Малую Церковь, Говедарции.

Городок Банско считается молодым и динамично развивающимся горным курортом Болгарии, располагающий трех- и четырезвездными отелями на 3,0 тыс. мест, а также скромными горными хижинами. Лыжная зона находится в северных склонах горы, ввиду чего лыжный сезон здесь начинается с декабря по май. Функционируют два центра лыжного спорта – Чалин валог (широкая долина, 1100-1600 м над уровнем моря) и Шилингарника (1700-2560 м). Трассы, имеющие общую длину в 56 км, отличаются различной степенью трудности. Добавим, что 80% из них оборудованы сооружениями для искусственного снега. Лыжники передвигаются из города на автобусной или на 5 открытых канатных, одной кабинковой и 6 буксирных дорогах. Кстати, здесь популярностью пользуются хаф-пайп и катание на необработанных трассах.

Банско – это не только лыжный курорт, но и место, где сохранилась старая архитектура, традиции и самобытный фольклор. Город известен художественной школой и тавернами (именуемые механами), где предлагается широкий набор местных блюд.

Родопы – самый обширный горный массив, где на высоте 1650 м у подножья пика Снежанка (1926 м) расположен туристский комплекс Пампорово. Кстати, он считается самым солнечным высокогорным курортом Болгарии. Он находится в 260 км от Софии, и здесь функционируют единственный в стране пятизвездный высокогорный отель, а также многочисленные небольшие и крупные гостиницы категории 2-4 «звезд». Кроме того, для посетителей работают спортивные сооружения, магазинчики, заведения общественного питания и развлечений, а также здания, где можно провести конференции и конгрессы. В Пампорово поддерживаются 20 км трассы, а лыжную зону обслуживают 6 канатных и 13 буксирных дорог с мощностью в 9,5 тыс. человек в час.

В районе Стара-планины комплектуются небольшие центры лыжного спорта, в частности, Рибарицы (недалеко от города Тетевена) и Узана (рядом с городом Габрово). Значительные средства вкладываются в модернизацию комплекса Беклеметово (1300 м), где функционируют база размещения и сеть транспортных коммуникаций. На всем протяжении горно-пеших маршрутов встречаются хижины для отдыха, кроме того, здесь есть условия для горного велотуризма, верховой езды, альпинизма, спелеологии и других экстремальных форм спорта.

Интерес для любителей сельских туров. Проживание в сельском доме, живой контакт с ее обитателями, будничный быт и праздники, музыка и ремесла, природная среда – вот новые формы туризма, получившие развитие в Болгарии. Национальные туроператоры предлагают иностранным туристам значительный набор турпродуктов, сочетающих в себе разнообразие ландшафтов, архитектуры, аграрного производства, этнографии, фольклора и культурных традиций.

Посетителям предлагаются комнаты в жилых домах крестьян, их уникальная пища (брынза, сыр, вино, ракии). Большинство хозяев располагают во дворах своеобразными ботаническими и зоологическими музеями – территориями, где выращивают овощи и фрукты, разводят домашний скот. Особой популярностью пользуются сельские винные погреба, где хранят красные и белые вина. Кстати, такие села как Караисен, Ново село, Славянцы, Дамяница, Осмар, Стамболово, Карабунар даже экспортируют свои вина за рубеж.

Туристам предлагается быть не только свидетелями сельской жизни, они сами могут принять участие в различных мероприятиях, например, производить кислое молоко, соткать коврик или изготовить на гончарном круге глиняный сосуд. Интерес обычно вызывают вовлечение в народные танцы или езда верхом на коне, катание на телеге, национальный болгарский костюм. Развитие этих нетрадиционных форм отдыха тесно связано с деятельностью Болгарской ассоциации по сельскому и экологическому туризму, которая располагает полной информацией о

средствах размещения, маршрутах и специфике проживания в том или ином регионе.

Охота – востребованный тур в Болгарии. Охотничьи угодья являются составной частью инфраструктуры туризма, располагающей живописной природой, технической базой, трофейными качествами крупной дичи. По данным Министерства сельского и лесного хозяйства, здесь обитают 16 тыс. благородных оленей, 4,3 тыс. ланей, 71,5 тыс. серн, 45 тыс. диких кабанов, 2,2 тыс. муфлонов, 1,8 тыс. диких коз, 2,7 тыс. глухарей, 830 медведей, 115,8 тыс. фазанов, 313 тыс. рябчиков и 36 тыс. перепелов.

Между тем, в целях сохранения генофонда исчезающих животных в районе охотничьих хозяйств обособлено 37 государственных станций по разведению дичи (см. таблицу № 4.8). Их услуги привлекают тысячи туристов-охотников и рыболовов как из самой Болгарии, так и из-за рубежа.

Таблица № 4.8. Государственные станции по разведению дичи и охоты

Название и дислокация	Предлагаемая охота	Мощности и дополнительные услуги
«Арамлиец», в 35 км от Софии, у подножия горного массива Средня-гора.	Благородный олень, лань, серна, кабан и муфлон, перепел, куропатка и фазан	Рыболовный и экотуризм, фотоохота и верховая езда.
«Балячик», юго-восточная часть равнинной Добруджы, рядом с курортами «Албена» и «Золотые пески».	Благородный олень, лань, серна, кабан, муфлон.	Водные виды спорта, посещение исторических достопримечательностей.
«Алабак», северно-западная часть Западных Родоп, в 130 км от Софии	Благородный олень, кабан, волк, глухарь.	Экотуризм, бальнеотерапия, исторические места.
«Тервель», средняя часть Добруджанско-Варненского плоскогорья, в 100 км от Варны.	Благородный олень, лань, серна, кабан, муфлон, заяц, фазан, куропатка, шакал, лисица, дикая кошка.	Две охотничьи хижины в местностях «Кестата» и «Данкулак» Есть программа верховой езды.
«Русалка», рядом с городами Габрово, Ловеч.	Бурый медведь, благородный олень, кабан и серна.	Две базы. Организует экскурсии к высокогорным хижинам «Плевен», «Амбарица», «Тыжа» и горной вершине Ботев. Экотуризм, исторические места, конный и фототуризм.
«Преслав», на склоне Преславско-Драгоевской горы, 120 км от Варны.	Благородный олень, горный козел, кабан, лисица, шакал, дикая кошка.	Охотничья хижина. рыбалка, спортивная и любительская фотоохота, сельский туризм
«Щерба», восточная часть гор Стара-планина, 75 км от Варны	Благородный олень, кабан, муфлон, бекас, фазан, шакал, лисица и дикая кошка.	Экотуризм, фотоохота, спортивная рыбалка, достопримечательности северного Черноморского побережья.

Минеральные воды – основа бальнеотуризма. Наличие 250 гидротермальных месторождений и 900 источников и артезианских скважин создали основы для развития бальнеологического медицинского туризма и производства бутилированной минеральной воды. Безусловно, это способствовало тому, что десятки тысяч туристов ежегодно посещают эти места, а данный сектор туризма получает серьезные инвестиции..

Существуют археологические и исторические сведения, что поселения во фракийскую, римскую и более поздние эпохи основывались вблизи термальных источников. Именно здесь возникло множество городов, такие как Сердика (София), Августа (Хисар), Пауталия (Кюстендиль), Германея (Сапарева баня), Термополис (Бургасские минеральные бани). В середине XX века в Болгарии развертывается широкая научно-исследовательская и прикладная бальнеологическая деятельность, ставшая началом нового вида отдыха, лечения и путешествия. Причем, она базируется на принципе приоритета профилактики перед лечением, и в этом смысле весьма актуально завещание Гиппократа о пользе закалки организма с помощью солнца, воздуха и воды.

Специфика бальнеологии Болгарии заключается в том, что турфирмы предлагают ее в комбинации с другими формами отдыха, в частности, экологическим, сельским, спортивным, охотничьим и культурным туризмом. Сочетание таких благоприятных природных факторов как теплое море с песчаным пляжем, горы с вековыми лесами, мягкий климат, разнообразные по составу минеральные воды, экологически чистые фрукты и овощи, а также богатая культура, история и традиции привлекают посетителей из других стран.

Наибольшее количество источников слабо минерализованной воды находятся в юго-западной части страны. Вдоль течения реки Струмы состав минеральных вод характеризуется наличием фтора и сероводорода. По Черноморскому побережью встречаются воды с наличием кальция и магния, а также йода и брома. В Плевенском регионе при бурении скважин были обнаружены соленые, кальциево-магниевые воды, а в Софийском – щелочные, гидрокарбонатные и углекислые. Дополнительные и очень ценные курортные ресурсы – термальные минеральные воды, лечебная лиманная грязь, озерная сапропель и лечебный щелок. Такая богатая палитра минеральных вод является стабильной основой для широкого развертывания бальнеологической деятельности.

Известность как центра бальнеологического туризма получили **Бургасские минеральные бани**. Курорт профилирован на бальнеолечении заболеваний опорно-двигательного аппарата, нервной

и половой системы. Здесь функционируют стационарная и поликлиническая базы.

Курортный комплекс **«Солнечный берег»** располагает гидротермальными водами, правда, это направление пока здесь слаборазвито. Зато Поморье – популярный морской грязелечебный курорт, специализирующийся на лечении гинекологии и бесплодия, кожных заболеваний. Минеральная вода содержит большое количество магния, который используется в ряде рекреационных здравниц.

Китен – морской курорт, где обнаружены скважины с водой, отличающейся низкой минерализацией, гипотермальна, с щелочной реакцией.

В **Варне** и его окрестностях находятся 12 месторождений слабо минерализованной воды. Ценным считается месторождение с наличием лиманной грязи. Город располагает курортной поликлиникой, в которой применяются методики с использованием природных физиолечебных средств.

Курортный комплекс **«Св.св. Константин и Елена»** признан самым благоустроенным и посещаемым на Северном Черноморском побережье. Некоторые отели, в частности, «Варна», «Солнечный день», «Сана» и «Жюлио Кюри» снабжаются минеральной водой, более того, они оборудованы бальнеофизиолечебными базами.

Курортный комплекс **«Албена»** считается морским бальнеологическим центром, в его отеле **«Добруджа»** функционирует бальнеофизиолечебная база, оборудованная бальнеолечебным, кинези- и физиотерапевтическим оборудованием. Находящийся в 4 км от грязевого месторождения Балчишка-Тузла центр **«Балчик»** располагает водой, в которой отмечены кальций, магний и радон. Туристский поселок **«Русалка»** находится в 35 км от города Балчик и пока что это зона, имеющая перспективы бальнеолечения. Зато бальнеоклиматический курорт **«Сандаски»** специализируется на реабилитации легочных заболеваний, «Кюстендиль» – лечении нервной и половой систем, опорно-двигательных нарушений. **«Сапарева баня»** – это место, отличающееся наличием горячего минерального источника (свыше 100 градусов Цельсия), и здесь из-за высокой концентрации фтора проводят профилактику остеопороза и кариеса зубов.

Грязелечебный курорт **«Марикостиново»** предлагает услуги в лечении опорно-двигательного аппарата, нервной системы и позвоночного столба, кожи и половой системы. В регионе Пазарджик находятся два бальнеологических курорта – **«Стрелча»** и **«Панагюрские бани»**. Минеральные воды содержат фтор, радон и силиций. Специализация курортов – лечение периферической нервной системы, половых органов, бесплодия.

«Хасковские минеральные бани» располагают 15 естественными и скваженными источниками, которые подходят для лечения периферических кровеносных сосудов и нервной системы. База **«Меричлери»** будет интересна тем, кто страдает болезнями пищеварительного аппарата. Зато бальнеокурорт **«Сливенские минеральные воды»** обладают водой, оказывающей благотворительное влияние на желудочно-кишечную систему, лечащей желчно-каменные болезни. Профилизация **«Стефана Караджово» лечение** сердечно-сосудистой системы, **«Старозогорские минеральные воды»** – пищеварительной, выделительной и обменно-эндокринной систем.

Кувшины винного туризма. Винодельческие компании объединились с туристическими фирмами, гостиничным и ресторанным бизнесом в целях продажи турпакетов по такому направлению, как винный туризм. Безусловно, это ресурс, выгоду от которого получают все: и потребители, и производители, и поставщики. Комбинирование кулинарии и напитков с этносом и историей страны, с местными сортами вина порождает внимание туристов. Интересно познакомиться с бытом и традициями местного населения, историческими фактами, памятниками, если все это дополняется дегустацией вина и блюд.

В связи с этим, Болгарская ассоциация специалистов винных погребов разработала и представила пять винных туров по стране. Они отличаются продолжительностью и тематикой. Безусловно, осуществляются в различных регионах с использованием всевозможных вин по подходящим ценам и в удобное время для путешествий. В Болгарии имеется пять виноградарских и винодельческих регионов, в каждом из которых существуют хорошие предложения для визитеров.

Наиболее крупный регион на винной карте страны - это Южная Болгария, где в центральной части около города Пловдива произрастает «Мавруд». Так называется сорт винограда, а производимое из него вино – «Станимашская малага». Ранее оно было специализацией Бачковского монастыря, и отличалось сладостью и густотой. Ныне «Мавруд» – сухое красное, слегка терпкое вино с ароматом ежевики, малины и черешни. Его предлагают в Пловдиве, Брестовице, Асеновграде, Перуштице. Там функционирует шесть винных погребов с отелями для туристов. В восточной и западной частях региона можно продегустировать «Каберне совиньон» и «Мерло» с качеством, отвечающим мировому уровню.

«Памид» - это сорт, который произрастает на Балканах с фракийских времен. Получаемое вино – блестящее красное с розовым оттенком и прозрачное. Лучшие условия его взращивания и производства существуют в Центральной Болгарии. В 30-х годах приобретает известность «Карабунарское вино», которое изготавливают на 85% из «Памида» и на 15% - из «Мавруда».

В городе Варна туристу следует посетить три винных погреба, а в Преславе его встретят с богатой фольклорной программой, кстати, здесь можно отведать изысканные сорта бренди, созданные по классической коньячной технологии. Также рекомендуется посетить города Шумен и Торговиште.

На Дунайскои равнине популярностью пользуются вино и ракия. Так, возле города Велико-Тырново турист познакомится с культурными и историческими памятниками, а также винными погребами. Габрово, Трявна, Боженцы, Троян – города, расположенные на подступах к Балкану, это исключительно красивые места с богатой историей региона и производства вина. Про Лясковец вообще говорят, что здесь нет дома без вина. Сухиндол известен на европейском рынке красными винами.

Кстати, до XIX века производилась медовина – типичный напиток средневековья. После XVI века в горах начинают варить ракию. В начале XX века в каждом болгарском доме имелось по 100-150 литров вина и по 50-60 литров ракии. Было принято утром пить ракию, в обед – вино, вечером – вино и ракию. А в юго-западной Болгарии популярной считалась боза. Подчеркну, что чай принято называть напитком для больных людей.

Традиции и кухня – «кирпичи» этнографических туров. Естественно, самый привлекательный вид туризма в Болгарии – этнографический, охватывающий культуру, традиции и обычаи жителей страны, ее историю, памятники искусства и архитектуры. Особым интересом пользуются ремесла. Нужно отметить, что болгары умело обращаются с текстилем, глиной, деревом, камнем и металлом. Природа присутствует в расцветках тканей и посуды. Резьба по дереву на стенах, потолках, дверях несет в себе национальные особенности жизни. Керамическая посуда с характерным орнаментом, одеяла и домотканые ковры с длинным ворсом – все это представлено кустарным производством, сохранившим технологии из глубин веков.

Славой пользуются болгарские школы для производства чипровских и котленских ковров. Здесь отмечается разнообразие цветовых гамм, технология ткачества, декоративных элементов, что, несомненно, различно в разных фольклорных областях. Характерная керамическая посуда изготавливается в Трояне, Бусинцах, Банско, Разлоге, Габрово. Центры гончарства существовали в городах Тетевене, Тарговиште, Самокове, Берковице.

Обработка металла, каменотесы и резчики по камню, тележные мастера, седельники, шорники, мастера-галунщики, грубой шерстяной ткани – образцы всех этих ремесел сохранились не только в музеях, но и в селах – архитектурных заповедниках. Добавлю, что недалеко от Габрово создан этнографический музей ремесел под открытым небом

«Этера». Ручные изделия можно приобрести на Самоводских торговых рядах в Великово-Тырново, в Орешаке близ Трояна, в «Старом Добриче» и других местах.

Уникальные образцы средневековой и возрожденческой иконописи, стенописи и книжной миниатюры сохранились в церквях, монастырях и музеях.

Болгарские туроператоры предлагают туры, именуемые как «Национальная одежда». Кстати, болгарская одежда оформилась под воздействием нескольких влияний: индоевропейского (украшение из цветов, кожи, коры, семян, тканых плосок), античного (пластичность женской одежды), славянского (соединение ткани на плечах, надевание через голову).

Народные обряды и обычаи отличаются шумностью и пестротой также, как костюмы и песни чередуются из области в область, специфичные и разнообразные, объединенные 13-вековой болгарской историей. В обычаях содержатся элементы языческих обрядов. Туристы имеют возможность присутствовать на настоящей свадьбе, а в Странджe наблюдать за исполнением нестинарских танцев на раскаленных углях, принять участие в кукерских играх (шествие ряженных) и других.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Болгария, София, одежда, традиции, культура, Трояна, Самоков, город, село, визиты, гостиницы, бальнеотуризм, охота, конгресс-тур, столица, Черное море.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характерна болгарская модель туризма?
2. Как развиваются узбекско-болгарские отношения в сфере туризма?
3. Какими ресурсами располагает Болгария в развитии туризма?

4.4. FRUTILLA, КОРДИЛЬЕРЫ И ОСТРОВ ПАСХИ: ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИ ЧИЛИЙСКОГО ТУРИЗМА

Черты модели: Чили - это одна из немногочисленных стран мира, которая может предложить гостям большое разнообразие естественных красот, которые дополняются впечатлениями от превосходного обслуживания и знаками особого внимания. На территории Чили, как ее континентальной части, так и островной, существует жаркий, умеренный и холодный климат, есть озера, пляжи, пустыни, ледники и леса, объявленные ЮНЕСКО «Мировыми заповедниками биосферы». Эти природные преимущества в сочетании с превосходной инфраструктурой гостиничного хозяйства и транспортного обслуживания, воздушного и наземного, сделали возможным только в

1997 году посещение страны 1,7 млн. туристов. Чистый доход в валюте от их пребывания составил $1,0 млрд., или 1,5% валового внутреннего продукта. Из общего количества посетивших Чили 45% приходится на аргентинских туристов, а из Европы возглавляют список немцы, испанцы и французы. Уже сейчас можно сказать, что в Чили сформировалась специфическая модель туризма, к которой проявляют интерес многие специалисты.

Основные контуры чилийской модели:

- ведущая роль сферы услуг в экономике страны;
- частные и государственные инвестиции в инфраструктуру туризма;
- выгодное географическое положение в Южной Америке;
- стабильная политическая ситуация;
- относительно высокий уровень дохода жителей Чили по сравнению с другими странами континента;
- значительные природные ресурсы (ландшафты, озера, горы);
- традиции, культура, быт, представляющие интерес для иностранных туристов.

Экономические показатели отрасли. Согласно данным Национального управления по туризму, которое является государственным отраслевым ведомством, в 1998 году Чили посетили 1,8 млн. туристов, которые принесли доход на сумму около $1,2 млрд., что на 71% больше по сравнению с началом девяностых годов. По некоторым оценкам, в 2000 году количество гостей достигло 2 млн. человек в год. Хотя 60% туристов приезжают в страну на отдых, политическая стабильность и экономический рост способствуют росту числа путешественников, посещающих Чили для бизнеса или для участия в международных семинарах (кстати, это 23% от общего числа посетителей в 1997 году). Нужно также добавить, что иностранные предприниматели имеют возможность участвовать в туристическом бизнесе благодаря модели экономики, открытой для иностранных инвестиций.

Национальные эксперты утверждают, что потенциал туристической индустрии еще не полностью востребован. В настоящее время туристы находятся в стране в среднем 11 дней и тратят около $55 в сутки. С развитием сферы досуга все больше иностранцев осуществляют расходы на удовлетворение своих потребностей и интересов.

В настоящее время усилия турагентов направлены на то, чтобы расширить границы сезонного пребывания (пик посещаемости приходится на промежуток времени с октября по декабрь месяц) и обеспечить равномерную нагрузку туристской инфраструктуры, включая гостиницы и автотранспорт. Заметим, что разработанные программы

позволили распределить прибывающих туристов в центрах или различных зонах летнего отдыха в течение всего года. Благодаря этой политике гости могут наслаждаться в течение всего года таким альтернативным выбором, как экотуризм, туризм по сельской местности, приключенческий туризм, экскурсии, сафари с возможностью фотосъемки, созерцание природы или развлекательные мероприятия повышенного спроса, как например, спуск на плотах по бурным потокам или рекам, ралли или путешествия по новым маршрутам.

Таблица №. 4.9. Динамика развития туристической отрасли Чили

Показатели/ Годы	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Количество иностранных туристов, посетивших страну (млн.человек)	1,2833	1,4125	1,6338	1,5396	1,4495	1,6933
Поступление валюты от туризма (млн. долл. США)	706,1	744,4	845,6	900,4	905,3	1047,9
Суточные расходы (долл. США)	-	48,8	50,8	51,1	55,3	55,2
Пребывание (дней)	-	10,8	10,1	11,5	11,3	11,2

Конечно, основой развития национального туризма являются современные средства размещения, в которых в 1997 году было занято 200 тыс. человек. Нужно сказать, что в Чили насчитывается около 1,7 тыс. гостиниц с общим количеством мест на 100 тыс. человек. Количество номеров за последние десять лет возросло в пятнадцать раз, увеличившись с 20 тыс. до 44 тыс. Особого развития туризм достиг в Столичном округе, где расположено 116 гостиниц и 2800 мест. Пятнадцать гостиниц страны относятся к разряду пятизвездочных (двенадцать находятся в столице Сантьяго и три в местечке Валле Невадо на высокогорье).

Как и любая иная сфера рыночной экономики, туризм подвержен жесткой конкуренции. В результате этого произошло существенное улучшение обслуживания, а также проведение модернизации техники и оборудования, включая маленькие и средние гостиницы. Кстати, в связи с ростом числа предпринимателей, приезжающих в страну для участия в семинарах и других бизнесмероприятиях, в гостиницах созданы просторные и оборудованные залы для их проведения. В стране также можно найти места для проведения ярмарок, которые позволяют демонстрировать образцы международной торговли.

Добавим, что благодаря большому разнообразию климатических условий и ландшафта, Чили является подходящим местом как для людей, которые ищут самые высокие стандарты качества обслуживания и искателей приключений, так и желающих отдыхать в удаленных местах, любителей природы и даже тех, которые хотят увидеть археологические

находки. Поэтому эксперты отмечают увеличение числа туристов, прибывающих сюда с подобными целями.

В Чили расположено 15 лыжных баз, находящихся в Кордильерах Анд между Вальпараисо и Пунта Аренас. Благодаря такому распределению сезон туристских услуг может растянуться с июня по октябрь месяц. Базы распределяются по степени трудности в соответствии с международными нормами. Отметим, что стоимость проживания, билеты на канатную дорогу, прокат снаряжения и их категория меняются в зависимости от сезона. Существуют скидки для тех, кто пользуется услугами каждый день, и для групповых экскурсий. Действуют разные тарифы для взрослых и детей.

Географические достопримечательности. Самыми известными центрами являются:

Портилло (Portillo): находится в 145 км от Сантьяго, имеется двенадцать канатных дорог и горные спуски от самых простых до самых сложных уровней. Здесь находится знаменитая Скала Жак, где несколько десятков лет назад был побит рекорд километрового марша. Там же расположенная гостиница «Портильо» имеет бассейн с подогревом, сауну, дискотеку, гимнастический зал и детский сад.

Эль-Колорадо/ Фареллонес (El Colorado/Farellones): находится в 40 км от Сантьяго, куда можно доехать по скоростной дороге, этот центр предлагает 17 канатных дорог и спуски от самых простых до самых трудных. Есть также двенадцать каньонов, где в случае необходимости создается искусственный снег.

Ла-Парва (La Parva): на этой лыжной базе есть дискотека, рестораны и различные варианты размещения, от самых шикарных апартаментов до бунгало. Имеет 14 канатных дорог, а спусками могут пользоваться как начинающие, так и профессионалы.

Долина Невада (Valle Nevada): эта база находится между Колорадо и Ла Парва и имеет самую большую лыжную поверхность в Южном Полушарии. Находится на высоте 3025 метров в 60 км от Сантьяго. Располагает 9 подъемниками. На базе есть сеть ресторанов и три пятизвездочных гостиниц.

Термас-де-Чилиан (Termas de Chillan): находится в 82 км от Чильян, имеет самую длинную канатную дорогу в Южной Америке. Предоставляет проживание в гостиницах Gran Hotel Termas de Chillan (пять звезд) и Hotel Pirigallo. Также есть бунгало и маленькие гостиницы по дороге к источникам. Кстати, эта лыжная база предлагает теплые ванны, серные, грязетерапию, паровые ингаляции, гидромассаж, сауны и массаж тела.

Что касается экотуризма или нового направления путешествия, связанного с непосредственным соприкосновением с природой, то он,

по мнению экспертов, является одним из видов туристической деятельности с наибольшим потенциалом роста в ближайшие годы. Национальная лесная корпорация планирует, что с 2000 года национальная система лесных зон, находящихся под охраной государства, будет способна принимать около 1,2 миллионов туристов. Значительную их часть составят гости из-за рубежа. В этих зонах могут осуществляться различные виды туризма, такие как: туристические походы, проживание в сельских местах и научный туризм.

В то же время самыми известными ландшафтами считаются такие объекты/территории, как:

Шоссе Аустраль: от Пуэрто Монтт на юг можно добраться по шоссе Аустраль. Это длительный путь, полный приключений, где можно увидеть ландшафты, практически не тронутые человеком, или непосредственно соприкоснуться с природой. Вулканы, ледники, чистые озера, оздоровительные ванны являются основными характеристиками этой географической зоны. На автомобиле можно доехать даже до местечка Кочране.

Озеро Сан Рафаэль: это еще одно из мест, обязательное для посещения туристов. Плывя по каналам и архипелагам района Айсен, можно добраться до этого узкого прохода в Тихий океан шириной от 15 до 10 км, который поражает своей невероятной красотой. Это место знаменито своими ледниками, имеющими возраст около 30 тыс. лет и являющимися главной туристической достопримечательностью этого района. Среди агентств, которые предлагают путешествие на корабле или катамаране, значатся Cruceros Scorpios, Patagonia Connection и Motonave Quellon. Также возможно облететь ледник на маленьких самолетах, которые можно арендовать в Коиаике и Пуэрто Монтт.

Национальный парк Торрес-дель-Пайне: находится в районе Магальянес и является одним из природных уголков, самых известных в мире. Он включает в себя тысячелетние ледники Glaciar Gray и известные Торрес и Куэрнос Пайне, андские вершины, которые бросают вызов тысячам скалолазов всего мира. В парке есть ночлежки и гостиницы, где стоимость проживания колеблется от $85 до $378. Также есть бесплатные пристанища, находящиеся в ведении Национальной лесной корпорации (CONAF). Те, кто предпочитает приключения, могут практиковать trekking на одной из многочисленных троп, пересекающих парк. Имеется разнообразная флора и фауна: американский страус, пума, лама, лиса, фламинго и др.

На таблице № 4.10 представлены территории, находящиеся под особой охраной.

Многоводные реки и крутые горы Чили превратились «лакомым куском» для любителей приключенческого туризма. Турфирмы

предлагают программы езды верхом на лошади или походов пешком по границе между Чили и Аргентиной в одном из многочисленных пограничных пропускных пунктов, находящихся на протяжении всей страны. Также есть экскурсии на горных велосипедах и походы к озерам, снежным вершинам высотой свыше 3 тыс. метров и в национальные парки. Любители бурных потоков могут практиковать rafting на плотах по рекам Аконкагоа (Вальпараисо) или Эль Био Био (Консепсион), kayaking и hidrospeed на индивидуальных досках по бурным рекам.

Таблица № 4.10. Лесные районы, охраняемые государством

Вид	Площадь, млн. га
Национальные парки	8,759
Национальные ресурсы	5,389
Национальные памятники	0,017

Любители археологии могут посетить уникальные места, чтобы наиболее глубоко узнать особенности первых поселенцев. Одним из мест, где сохранилось наибольшее количество остатков доколумбовской эпохи, являются Альтиплано в районе Арика и Сан Педро де Атакаме на высоте 2140 метров в глубине района Антофагаста. Остров Пасхи или Рапа Нуи в Тихом океане - еще одно из самых притягательных мест. Лос Моаис, огромные каменные скульптуры, повернутые спиной к морю, из года в год привлекают тысячи туристов, желающих разгадать их тайну.

Чили - страна поэтов. Для многих романтиков это нечто большее, чем просто изречение. Именно в Чили проживали обладатели двух Нобелевских премий, и эта страна имеет всемирно известных писателей. Дома Габриэлы Мистраль в Викулье (район Ла Серена) и Пабло Неруды на Черном острове, в Вальпараисо и Сантьяго являются обязательными местами посещения любителей литературы. Там они могут узнать нечто большее об этих творческих гениях поэзии.

В Чили существуют две свободные экономические зоны: Инике (в I регионе) и Пунта Аренас (в XII регионе), где туристские покупки не облагаются налогом. По расчетам экспертов, подобный подход способствует экономическому укреплению регионов. Отметим, что СЭЗ постоянно посещают туристы, большую часть которых составляют национальные покупатели и покупатели из соседних стран. Среди ассортимента предлагаемых товаров наибольшим спросом пользуются промышленные изделия, автомобили, духи, ликер и т.д.

Для людей пожилого возраста предлагается большой выбор услуг, хотя места, где есть теплые воды, относятся к местам наибольшего спроса. 33 базы, существующие по всей стране, предоставляют услуги,

позволяющие принимать ванны в теплых водах (в том числе и джакузи), серные ванны, гидромассаж и грязетерапию. Во все эти воды специально добавляют такие минералы, как натрий, калий, сульфат, литий, железо и сера. Температура колеблется от 35 до 85 градусов по Цельсию.

Самыми большими центрами являются Чизмиза (Chuzmiza) и Пика (Pica) в регионе Арика; Эль-Коразон (El Corazon) и Колина (Colina) в Столичном округе; Панимавида (Panimavida) и Квинамавида (Quinamavida) рядом с Талька; Чилиан (Chillan) в четырех часах езды от Консепсион в сторону Анд; и Пуюхуапи (Puyuhuapi) в 213 км к северо-востоку от Койяике.

Места проживания в водолечебных центрах разнообразны и включают в себя бунгало, постоялые дворы и гостиницы. В целом, агентства способствуют посещаемости этих центров благодаря тому, что предлагают свои услуги перевозки до ближайших наиболее значимых городов.

Пляжи региона, где находятся Арика и Икике, отличаются высокой температурой в течение всего года благодаря своему теплому климату. Во внутренних зонах региона Вальпараисо, города Олмуе и Кильота являются идеальными для отдыха из-за своего чистого воздуха. Национальный парк Ла-Кампана предлагает посетителям один из наилучших обзоров центральной зоны, к тому же там находятся последние экземпляры чилийских пальм.

Транспортные коммуникации. Наиболее распространенным путем прибытия в страну является наземный путь, которым пользуются 60% гостей, а 40% прибывают по воздуху. Чили предлагает 14 пограничных пунктов в хорошем состоянии, 79423 км дорог с покрытием, которые постоянно улучшаются благодаря новым зарубежным и национальным инвестициям, и 14 аэропортов. Всего 36 воздушных национальных и международных линий связывают Чили с остальным миром. Шесть предприятий занимаются внутренними перевозками.

Согласно статистики, в течение 1997 года воздушным путем в страну прибыло 1,4 миллиона пассажиров, что составило прирост на 19,4% по сравнению с предыдущим годом (см. таблицу № 4.11). Передвижение внутри страны (въезд и выезд) также было значительным (3 миллиона человек, что составило прирост на 27,8% по отношению к 1996 году). Нужно заметить, что страна поделена на цифровые регионы, и пограничные пункты между I и XII регионами позволяют связывать страну с Перу, Боливией и Аргентиной. Из них самыми важными являются: Тамбо Кемадо (I регион), Кристо Родентор (V регион) и Карденаль Саморе (X регион).

Состояние путей сообщения (см. таблицу № 4.12) показывает, что 15% дорог находятся в хорошем состоянии, 52,3% – в удовлетво-

рительном, а остальная часть – в плохом. Но это не отражается на качестве услуг, предоставляемых туристам автомобильным транспортом.

Таблица № 4.11. Динамика и пункты прибытия туристов в Чили, чел.

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Прибытие пассажиров воздушным транспортом (по данным Совета по Гражданской Авиации)	668554	775977	948832	1114305	1213248	1449662
Прибытие пассажиров через пограничные пропускные пункты (по данным Национальной Таможенной Службы)	Нет данных	2280744	2648107	2318938	2446288	2647521

Таблица № 4.12. Состояние путей сообщения Чили (тыс. км)

Вид	Хорошо	Удовлетворительно	Плохо	Всего
Бетон	1,611	1,726	0,498	3,835
Асфальт	5,157	2,157	1,802	9,116
Щебень	4,191	22,244	5,803	32,238
Земля	1,027	15,405	17,802	34,234
Всего	11,986	41,532	25,905	79,423

С 80-х годов прошлого столетия государство стало уделять туризму особое внимание. Например, Национальная Лесная Корпорация (CONAP) готовит новую программу проведения торгов на оказание услуг в охраняемых лесных зонах общей площадью около 15 миллионов гектаров (19% национальной территории). Иностранные и отечественные инвесторы смогут участвовать в реализации проектов по строительству жилья, распределению продуктов питания и созданию сферы услуг для проведения туристических мероприятий в рамках экотуризма.

Позитивные перспективы, которые открывает туризм национальным и зарубежным инвесторам, выражаются также в том, что американская компания Marriot International осуществляет в восточной части Сантьяго строительство гостиницы в 42 этажа и на 250 номеров, для чего потребуются инвестиции на общую сумму $96 млн. Одновременно идет расщирение в различные регионы международной связи ITT Sheraton San Cristobal с инвестициями в размере 70 млн. долларов. Кроме того, осуществляется переустройство и строительство в регионах пяти зданий сети гостиниц Carrera в течение следующих трех лет с инвестициями на

сумму $62 млн. Нужно добавить, что сеть Hilton намерена участвовать в некоторых проектах по строительству отелей, а Hampton Inn планирует открыть новые гостиницы в перспективных для туризма регионах (она сделала это уже в Антофагаста), и существуют планы строительства гостиницы в международном аэропорту Сантьяго. В течение 2000-2001 было увеличение индустрии на 1,0 тыс. гостиничных мест в столице.

Было бы интересным узнать, что в настоящее время инвестиции в недвижимость для туристических целей составляют $2,553 млрд. Из этой суммы более 70% относится к проектам, находящимся в Ла Серена и Вальпараисо.

Активный отдых. Таблица № 4.13 представляет обзор туруслуг. Обилие в Чили природных парков предоставляет возможность пеших походов, особенно в Национальном парке Ла-Кампана (вблизи Сантьяго), Национальном парке Лаха, Национальном парке Уэркеуеуэ, Национальном парке Вильяррика и Национальном парке Пуэуэ. Национальный парк Торрес дел Пайне, в котором хорошо развита сеть пешеходных маршрутов, является раем для пеших туристов. Пукон в районе озер привлекает тех, кому нравятся скалолазание, рафтинг, горный велоспорт, верховая езда. Скалолазание популярно на склонах вулкана Осорно. Недалеко от Сантьяго в курортах Валле Невадо и Портильо предлагаются превосходные места для лыжного спорта. Реки Маипо, Кларо, Био-Био пользуются популярностью у любителей катания на лодках и рафтинга.

Таблица № 4.13. Виды активного отдыха в Чили

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	N	N	S	S	S	N	N	N	S	S	S	N
Горные лыжи	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Пешие походы	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Парашют	N	N	S	S	S	N	N	N	S	N	N	N
Рафтинг	N	N	S	S	S	N	N	N	S	S	S	N
Серфинг	N	N	S	S	S	N	N	N	S	S	S	N
Кунание в море/океане	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S
Купание в источниках	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Пасха и Рождество - главные национальные праздники, но есть и ряд народных праздников, включая Фиесту Патриас (патриотический праздник), День независимости 18 сентября отмечается гулянием и родео, а 19 сентября проходит День Вооруженных Сил. Среди

многочисленных культурных местных праздников известен Фиеста де ла Вирхе ндел Росарио, наверное, самый странный праздник. Каждый декабрь паломников привлекают групповые танцы в азиатских традициях, сопровождающие колонну людей, несущих статую Девы в огромный храм. Скачки и петушиные бои развлекают людей, остановившихся на окружающих холмах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гостиницы, природные парки, инфраструктура, дороги, коммуникации, праздники, этнография, спортивный туризм.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какова динамика развития чилийского туризма?
2. В какую инфраструктуру осуществляются инвестиции?
3. Какие виды отдыха и путешествия предоставляет Чили для иностранцев?

4.5. ЗАМОК ДРАКУЛЫ, PLACINTA, ТРАНСИЛЬВАНИЯ, ИЛИ ТУРИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РУМЫНИИ

Черты румынской модели туризма:

- строящиеся партнерские связи с туристскими центрами Европы;
- богатое культурное наследие, наличие архитектурных сооружений и памятников, представляющих интерес для иностранцев, фольклор, гастрономия, быт и традиции, сохраненные до настоящего времени являются «изюминкой» этнографических туров;
- подключение страны к европейской интеграции, принятие международных обязательств, в том числе по регулированию экономики, формальностей, инвестиций, рабочей силы;
- наличие частных зарубежных инвестиции, позволяющих улучшение системы обслуживания (гостиницы, транспорт), и квалификации персонала;
- государственная политика, направленная на сохранение исторических и природных ресурсов;
- рыночная среда, позволяющая созданвать конкурентоспособные национальные турпродукты.

Экономика туризма. Туристский сектор страны разнообразен и в большинстве представляет собой частное предпритнимательство. Так, 81,5% всей туристской индустрии представлены микрофирмами, 13,6% - малым бизнесом, 4,8% - средним. Близки к этим значениям такие отрасли обслуживания, как торговля, - 93,7%, 5,8% и 0,5%, соответственно, транспорт – 90,5%, 7,6% и 1,8%. Всего частная сфера экономики создает 66,8% ВНП Румынии.

Индустрия гостеприимства сосредоточила в себе 2,4% всего капитала страны (что равно сектору строительства), только в 2003 году он привлек к себе 0,51% всех инвестиций. Согласно торговому регистру, в стране насчитывается 42,6 тыс. предприятий, относящихся к объектам размещения (гостиницы) и питания (рестораны).

В Румынии более 200 курортов, имеющих значение как «кузницы здоровья», релаксации и отдыха, многие из них уникальны по природным свойствам. Согласно статистике, страну посещают 2,83 млн. посетителей в год.

Узбекско-румынские связи. В Ташкенте функционирует Посольство Румынии, которое способствует развитию торговых и туристических связей. В 2003 году Министерства иностранных дел обоих государств обменялись нотами, где отмечено, что правительства Узбекистана и Румынии освобождают граждан - владельцев действительных дипломатических паспортов от процедуры оформления виз для въезда и пребывания в Румынии на срок, не превышающий девяносто дней с даты въезда.

Географический обзор Румынии. Румыния является самой большой восточноевропейской страной, за исключением России и Украины. Она расположена у Черного моря и граничит с Болгарией, Сербией и Черногорией, Венгрией, Украиной, Молдовой. Лесные Карпаты занимают одну треть страны; еще одна треть занята холмами и плато с фруктовыми рощами и виноградниками; последняя треть представляет собой плодородные плоскогорья, где выращиваются зерно, овощи, пряности.

Разнообразен животный мир, позволяющий развивать здесь экотуризм. Так, в Карпатах сосредоточенно 60% европейских медведей, там же обитают около 40% европейских волков, 35% рысей, кабаны, барсуки, олени, зеленые дятлы, ронжи, серые совы. Самое "птичье" место расположено в Дунайской дельте, где обитают 60% мировой популяции маленьких бакланов, а также бело-серые цапли, пеликаны, пчелоеды, белохвостые орлы. Здесь же зимует половина мировой популяции красногрудых гусей. В защищенной дельте находится самое большое постоянное поле камышей в мире. Более того, значительный объем нетронутых лесов в Европе находится в Карпатах, богатых буками, платанами, кленами, тополями, березами. Около 1350 представителей фауны было зафиксировано в Карпатах, в том числе и желтый мак, трансильванский водосбор, камнеломка, эдельвейс. В Румынии расположены 13 национальных парков, в том числе и горы Ретезат в Карпатах и 500 охраняемых мест.

Благоприятны и климатические условия для разития туризма. В Румынии 365 солнечных дней в году, при этом средняя годовая

температура воздуха - 11°С на юге и у побережья, и всего лишь 2°С в горах. Правда, зимы здесь холодные и туманные, с декабря по апрель в горах много снега, температура в городах максимально -10*С. На Черном море летом обычно жарко и солнечно. Большая часть дождей выпадает весной, особенно в горах, в Дунайской дельте - существенно меньше.

Культурная жизнь страны. Культурная жизнь в Румынии разнообразна и богата событиями, в частности, интересен народный фестиваль. Конечно, существует множество скромных фестивалей, которые сохраняют свою подлинность, но обычно они труднодоступны для обыкновенного путешественника, поскольку располагаются порой вдали от туристских трасс. Но регулярные фестивали наподобие паломничества Чекели Троицына дня проводятся в городе Меркуря-Чук, а также в Фундате (июне) недалеко от Брана, где пастухи, согласно традициям, знакомились со своими будущими женами. В июле в Брашове и Бране проводятся концерты в рамках международного фестиваля камерной музыки. В августе отмечаются "Средневековые дни" – это двухнедельный праздник, посвященный средневековым искусствам, ремеслам и музыке в Сигишоаре, весьма экзотичный танцевальный "Хора де ла Прислоп" в ущелье Прислоп, сельскохозяйственный/пастбищный "Самбра оилор" - спуск овец с гор- в сентябре в Бране. В декабре отмечается праздник рождества Де ла Колинд ла Стеа в Брашове.

Говоря о культуре страны, следует отметить о высокой степени развитости искусства. Известно, что монастыри Буковины были первыми в истории монастырями, украшенными фресками снаружи. Созданные в XVI веке фрески покинули рамки религиозного искусства, раскрывая не только религиозные сюжеты, но и политические. Рисование на стекле и дереве, традиционное искусство крестьян, широко практикуется с XVII века. Румынская литература отличается богатством народного наследия и отражением турбулентной истории захватываемой страны, в которой живет изгнанный народ. В XV веке возникло устное народное творчество, а письменность на румынском языке развивается около 1420 года. В XIX веке начала складываться современная литература. Всемирно известный румынский писатель-драматург - Эжена Ионеско (1912-1994 гг.), создатель "Театра абсурда". С 1947 года литература стала инструментом коммунистической партии, а с 1990 года многие литературные произведения приобретают остро-критическую направленность, свидетельствуя об ужасах коммунистического периода. Народные танцы и музыка традиционно пользуются популярностью. Пары танцуют по кругу, по полукругу, либо в ряду. На цыганскую музыку оказали влияние многие народы, поэтому профессиональные цыганские музыканты могут исполнять что угодно.

Следует отметить, что румынский язык ближе к классической латыни, нежели к другим романским языкам, грамматика и лексика румынского хорошо сохранились. Те, кто говорит по-французски, по-итальянски или по-испански, вряд ли поймут устный румынский язык, но в письменном румынском более или менее разберутся. Румынский пишется фонетически, поэтому, овладев несколькими простыми правилами, у туриста не будет особенных проблем относительно произношения.

При государственном языке романской группы католицизм в Румынии почти не распространился: 86% румынов - православные, и только 5% - католики, 3,5% - протестанты, 1% - греческие католики, 0,3% - мусульмане, 0,2% - иудеи. В отличие от других бывших коммунистических стран, где церковь противостояла режиму, Румынская православная церковь служила инструментом для правительства. Сегодня она иерархическая, догматическая и богатая.

Безусловно, румыны очень гостеприимны. Они приглашают туриста в свой особняк и в свой скромный дом, накормят и ничего не хотят от него кроме дружбы, - в этом и заключается особое румынское радушие и гостеприимство.

Гурманы, возможно, обвинят румынскую кухню в скуке. В ресторанах подаются традиционные народные блюда: жареная свинина, свиная печень, жареная курица, суп из требухи. В более крупных городах найдется выбор богаче. Самое румынское блюдо "mamagliga" (мамалыга) представляет собой твердую или мягкую кукурузную кашу, которая варится, жарится, либо печется. Во многих румынских домах она является самым главным блюдом. Еще одно румынское блюдо Мититеи - колбаски. Типичные десерты включают в себя "placinta" (плюшки), "clarite" (блины), "saraille" (миндальный кекс, пропитанный сиропом). Румынские вина недороги и хороши. "Tuica" (сливовое бренди) и "palinca" (очистка которой в три раза больше "tuica") являются крепкими ликерами, пьющимися перед приемом пищи. Кофейная культура в этой стране очень развита, и кофе туристу подадут везде.

Достопримечательности страны. Румыния – это обилие туристских достопримечательностей. Особое место здесь уделяется городам. Так, **Бухарест** - столица Румынии, получившая свое название в честь легендарного основателя, пастуха по имени Бакур, - расположена на Валашских плоскогорьях между подножиями Карпат и рекой Дунаем. В 30-х годах прошлого века она была известна как "Париж Востока". С тех пор землетрясения, бомбардировки во время Второй мировой войны, а также правление Чаушеску уничтожили довоенную красоту.

Социалистическое градостроительство внесло свои коррективы. В 1980-х годах Чаушеску снес 7 тыс. жилых домов и 26 церквей,

располагавшихся в исторической южной части Бухареста, чтобы возвести городской административный центр. В основной его части находится огромный 12-этажный Дворец Парламента, в котором планировались офис президента, центральный комитет партии, все государственные министры. После революции возникли предложения снести здание, но в 1994 году было решено, что оно останется Дворцом Парламента, и в нем можно будет проводить международные конференции. Здесь организуются экскурсии с сопровождением гидов, поэтому у туриста есть шанс хорошо осмотреть 3100-комнатное здание.

Гиды рекомендуют тем, кто интересуется стариной, оправлятся в центральный Бухарест, где расположен Старый Королевский Храм XVI века, украшенный хорошо сохранившимися фресками. В Музее Жорже Энеску экспонируются манускрипты и личные принадлежности музыканта.

В столице также расположена Дворцовая гостиница "Афенее", которая была местом встречи для персонажей произведения "Балканская трилогия" Оливии Маннинг. В западном Бухаресте расположено Гражданское кладбище Генчеа, последнее пристанище семьи Чаушеску.

В Бухаресте предлагается широкий выбор жилья: комната в частном доме, общежитие, гостиница. Большая его часть расположена в центре или около вокзала Гара де Норд. В последнее время появляются дорогие рестораны, предлагающие международную гастрономию, но можно найти рестораны традиционной румынской кухни в центре города. В центре множество баров, ночных клубов, театров, кинотеатров.

Брашов – это средневековый саксонский городок, окруженный зелеными трансильванскими холмами, являющийся одним из самых посещаемых мест в Румынии. Самая главная достопримечательность - Черный храм, который является самым большим храмом в готическом стиле между Веной и Стамбулом. Его название происходит от черной поверхности после пожара в 1689 году.

Брашов популярен, поскольку находится вблизи от многих достопримечательностей. Магнитом для туристов является Замок Брана, более известный как "Дворец Дракулы", в 30 километрах к югу от Брашова. Несмотря на легенду, дворец не имеет никакой связи с Владом Цепешем, средневековым принцем, ассоциируемым с самым известным вампиром. И дворец не очень страшен, благодаря его башням и отбеленным стенам, словно из сказки. Менее туристическим и более драматичным кажется Замок Рышнов по дороге к Замку Бран из Брашова. Из города на поезде или автобусе легко добраться до лыжных курортов Поляна-Брашов и Синая.

Тимишоары – это известное место в Банатском регионе около границы с Венгрией, где в 1989 году началась революция. На городских

стенах висят многочисленные памятные доски с именами тех, кто умер во время революции. До сих пор многие возлагают к ним свежие цветы. К югу от центра расположена Реформатская церковь Токса, которая считается самым центром революции. Другие достопримечательности включают в себя Римский католический храм и Сербский православный храм, которые находятся друг против друга на Пята Унири, самой красивой площади Тимишоары. В Тимишоару прибывают международные автобусы, но очень мало рейсов, связывающих этот населенный пункт с другими румынскими городами. Однако можно доехать на международном или внутреннем поезде, а также предлагается несколько международных рейсов на самолете.

В Румынии поклонники солнца, моря, пляжа и секса отправляются на **Черное море**. Констанца, самый крупный порт и второй по населению город страны, - главный транспортный центр. Международным футбольным фанатам нравится посещать его, ведь он является родным городом Джеордже Хаги. Пляжи - многолюдные, а сам город красивый, и гордится несколькими превосходными музеями. Мамая - это пляж длиной 8 километров к северу от Констанцы. Там располагаются около 60 гостиниц с 27 тыс. местами в общей сложности, которые полны с середины июня до августа. Если туристу нравится отдыхать на переполненных людьми пляжах и слушать громкую поп-музыку, то ему рекомендуют отправлятся в Эфорый Норд, в 17 километрах к югу от Констанцы. Другие пляжные курорты - Нептун-Олимп, Венус, Юпитер, Монгалия и Костинешти. Летом можно добраться до Констанцы на чартерных рейсах из европейских городов, на паромах из Стамбула, а также на автобусах и поездах.

Активный туризм. Для туристов разработаны различные турпродукты (см. таблицу № 4.14). Территория страны удобна для треккингов: так, в Карпатах туристам рекомендуют приобретать пешие туры в хребтах Фагарас и Бучеги, соответственно расположенных к западу и к югу от Брашова. Удобные тропы расположены по всем румынским горным цепям и низлежащим холмам. Кроме того, особый упор делается на лыжные маршруты, например, как отмечают эксперты, в Карпатах находится один из самых дешевых лыжных трасс в Европе, а лучшими зимними курортами являются Синая и Пояна-Брашов. Следует отметить, что в Синае весьма сложные трассы, курорт пользуется популярностью среди сноубордистов и имеет самую развитую лыжную школу.

Румыния располагает и прекрасными пещерами, но многие из них, к сожалению, недоступны публике. Однако для тех, кто все же хочет заняться спелеологией, рекомендуется обратиться в местные спелеоклубы, которые содействуют получению необходимого разрешения. Популярны

скалолазание и горный велотуризм, в качестве более спокойного развлечения можно заниматься наблюдением за поездами или уходом за внешностью на курорте минеральных вод недалеко от Южной Эфории и Баиле-Феликс. Любителей животных ждут медведи и волки в Карпатах, а за птицами можно наблюдать в Дунайской дельте.

Таблица № 4.14. Виды активного отдыха в Румынии

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Горные лыжи	S	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	S
Пешие походы	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	S	N
Сноубординг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Купание в море/океане	N	N	N	N	N	S	S	S	S	N	N	N
Купание в озерах	N	N	N	N	N	S	S	S	S	N	N	N
Купание в источниках	N	N	N	N	N	S	S	S	S	N	N	N

Примечание: N - не сезон; S - сезон

В настоящее время в Румынии рост числа пансионатов и отелей привел к тому, что руководство каждого из этих заведений вынуждено изобретать новый ассортимент услуг. В результате в стране активно развиваются новые виды туризма и, прежде всего, экологический. Этот вид путешествия пользуется большой популярностью из-за относительной дешевизны и возможности хорошо отдохнуть. Некоторые средства размещения, чтобы привлечь постояльцев, предлагают уроки верховой езды, специально для этих целях приглашая учителей из Англии. Другие предоставляют возможность порыбачить в собственных рыбных заповедниках. Кроме того, большинство отелей могут предложить такие услуги как конный, рыбный, горнолыжный, велотуризм и другие.

С начала нынешнего столетия отдых на горнолыжных курортах Румынии стал набирать популярность. Если ранее это направление было сферой интересов лишь энтузиастов-индивидуалов, то ныне эксперты приходят к мнению о формировании здесь массового туризма. Иностранных туроператоров эта страна привлекает, прежде всего, возможностью удобного комбинирования горнолыжных туров и экскурсионных поездок по замкам Трансильвании. Также ее несомненное достоинство - компактное расположение всех основных горнолыжных курортов.

Кстати, британская компания Polycom открывает 4-звездочный отель в Пояна Брашове, который будет представлять собой точную копию

Замка Бран, известного под названием Замка Дракулы. Здание рассчитано на 17 номеров, оформленных в стиле "ретро", а его стоимость варьируется в пределах 100-250 евро в сутки. Между тем, сам проект обошелся компании в сумму более чем 5 млн евро.

Ценовая политика в отношении туристов дифференциирована (см. таблицу № 4.15). В Румынии наибольших затрат требует проживание. Нужно заметить, что в Бухаресте дешевые гостиницы редкость. Оплата двухместного номера в любой гостинице в центре большинства городов и населенных пунктов Румынии обойдется примерно в $25. Стоимость проживания в частных домах начинается с $10 за ночь, включая домашний завтрак. Как отмечают туроператоры, цены в ресторанах постоянно повышаются, особенно в пиковый туристский сезон. Поскольку румыны не могут позволить себе питаться в ресторанах, большинство этих заведений нацелено на "богатых иностранцев".

В Бухаресте турист будет питаться менее чем на $5 в день. Но есть несколько недорогих ресторанов, а бутылка хорошего румынского вина стоит примерно полтора доллара. Посещение театра или кино обойдется в $1, музея - 20 центов. По сравнению с западными стандартами общественный транспорт стоит совсем недорого: проехать на автобусе или поезде 100 километров стоит около $3.

В Румынии разрешены проблемы с конвертацией, также легко обналичить дорожные чеки, но, правда, трудно получить новые в случае их потери. Только в столице расположен лишь один офис "American Express", выдающий новые дорожные чеки взамен потерянных. В то же время в стране распространены банкоматы, принимающие карты Visa, MasterCard и ряд других дебитных карточек. Принимаются дебитные карточки в гостиницах, ресторанах, магазинах, они пользуются спросом, если турист намерен взять напрокат машину и хочет избежать огромной предоплаты. В обменных пунктах не принимается валюта, купюры которой порваны или имеют постороннюю надпись, поэтому эксперты рекомендуют убедиться в том, что валюта в хорошем состоянии. В Румынии не принято давать на чай - надо округлить счет до 500 леев. На рынках и с таксистами можно торговаться.

Таблица № 4.15. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	2-5	6-25
Средний	5-20	25-40
Высокий	Более, чем 20	Более, чем 40

Транспортные коммуникации. Румынская национальная авиакомпания "Tarom" связывает Бухарест с другими крупными городами по меньше мере 4 раза в неделю. Парадокс: цена билета в одну сторону обойдется примерно $50, а в обе - в два раза дороже. Ездить на автобусе очень дешево и медленно. Автобусный билет стоит около $2.50 на расстояние 200 километров, но сообщение нерегулярное: один-два автобуса ходят раз в день. Обычно на таком транспорте ездят исключительно в деревни.

Поезда являются наилучшим способом путешествий по Румынии и связывают большинство городов и деревень друг с другом. Существуют пять видов поездов. "Personal" (личный), он двигается настолько медленно, что ходит с открытыми дверями, чтобы пассажиры могли прыгать с поезда, не останавливая его. "Accelerat" (увеличенный), он быстрее, дороже и свободнее. "Rapid" (быстрый) и "expres" (экспресс) считаются высокоскоростными и обслуживают международные и внутренние рейсы. "Inter-City не быстрее других за исключением "personal", но в два раза дороже и удобнее. Туристам необходимо заранее бронировать билеты на всех видах поездов за исключением "personal".

Большинство дорог в Румынии предназначено для полноприводных ("оффрод") автомобилей. Если у путешественника есть желание ездить на велосипеде, то лучше это сделать на горном. По Дунаю ходят лодки. В большинстве городов Румынии есть местные автобусы, трамваи, троллейбусы, а в Бухаресте есть метрополитен. Во всех городах и деревнях есть такси, но они обычно дороже для иностранцев.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Брашов, Бухарест, гостиница, ваучер, поезд, автобус, ресторан, география, парламент, гастрономия, билет, транзит, Чаушеску, замок Дракулы, Черное море, Тимишоары.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какой турпродукт предлагает Румыния?
2. В чем специфика румынского туризма?
3. Ценовая политика и транспортные коммуникации: какова их роль в туризме страны?

4.6. ЖИРАФЫ, ЭКЗОТИКА, БАНАНЫ, ИЛИ СПЕЦИФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ТУРИЗМА КЕНИИ

Модель туризма. Ежегодно Кению посещают от 500 тыс. до 1 млн. человек, причем подавляющая часть из них – европейцы, американцы, есть также граждане Ближнего Востока, таким образом, туристская модель уже сформировалась и имеет динамику специфического развития. Ее основными чертами являются следующие аспекты:

- инфраструктура, которая функционирует здесь, уже не способна качественно и количественно обслужить посетителей, так как многие объекты (средства размещения, рестораны, достопримечательности – памятники старины, культуры, архитектуры) были построены в колониальный период, но ныне у правительства и частного сектора не хватает средств на их поддержание в нормальном/эффективном состоянии;

- высок уровень коррупции, что снижает эфективность туризма, отпугивает инвесторов и усиливает «теневую экономику»;

- отмечается также высокий рост криминогенной обстановки, что служит серьезным препятствием для туристского потока;

- авторитаризм и полицейская система управления не позволяет проводить демократические реформы, в том числе по защите частной собственности, прав и свобод граждан;

- рост инфекционных заболеваний, в том числе ВИЧ/СПИДа, отсутствие нормальной страховой деятельности отпугивает от страны многих иностранных путешественников;

- посетителей отпугивает и политическая нестабильность, особенно отсутствие центральной власти в некоторых регионах, богатых биоразнообразием и способных привлечь любителей экотуризма;

- развитое ремесленное и кустарное производство, фольклор и обычаи, поведение, быт представляют интерес для туризма, но подобные тенденции в большей степени связаны с низким уровнем жизни, чем стремлением поддержать культуру и традиции.

Между тем, обслуживание туристов порой является значительным источником существования многих граждан, которые проживают в туристских центрах.

География и климат. Кения находится на восточном побережье Африки и граничит с такими странами, как Сомали, Судан, Эфиопия, Уганда и Танзания, кстати, с тремя последними планируется осуществить проект создания Федеративного государства или Организации экономической интеграции. Побережье Кении принадлежит Индийскому океану, а воды озера Виктория республика делит со своими западными и южными соседями. Восточно-Африканская долина разломов и Центральное Высокогорье являются геологической основой Кении и поэтому вид здесь великолепен, что привлекает сюда многих любителей ландшафтного туризма. Влажный прибрежный пояс включает в себя устье реки Тана и вереницу прекрасных пляжей. В западной Кении находятся плодородные районы озера Виктория, а в южной части расположены основные природные заповедники. Широкий, сухой регион северной Кении полон первозданной красоты, нетронутой цивилизацией, что является основой для природного туризма.

Флора и фауна Кении не поддаются описанию. Широкие равнины Серенгета порыты рощами акаций, кустарниковых деревьев и баобабов. Склоны гор Кения и Элгон покрыты бамбуковыми рощами, причудливыми деревьями с огромными капустоподобными цветами и гигантскими лобелиями с длинными шипами. Но если турист предпочитает любоваться зверьми и птицами, то ему стоит посетить национальные парки и заповедники. Львы, бизоны, слоны, леопарды и носороги свободно живут в двух основных национальных парках. Животные, находящиеся под угрозой исчезновения, такие как черный носорог, охраняются государством и живут в национальных парках Цаво и Накуру.

Климат Кении зависит от района страны. В Восточно-Африканской долине разломов достаточно хорошая погода, но в буше и полупустынных регионах температура колеблется от +40°С днем до +20°С ночью. В западной Кении и на восточном побережье страны круглый год жарко и влажно.

Основной туристический сезон (см. таблицу № 4.16) начинается в январе и феврале, так как жаркая и сухая погода этого времени года наиболее приятна. И в это же время огромные стаи диких птиц слетаются к озерам Восточно-африканской долины разломов. С июня по сентябрь период так называемого "межсезонья", когда погода сухая. Дожди идут с марта по май (и в меньшей степени с октября по декабрь). В течение этих месяцев здесь спокойно и тихо, так как наплыв туристов небольшой, и поэтому цены на жилье и услуги падают. Дожди не влияют на свободу передвижения по стране.

Таблица № 4.16. Сезоны для туристских прибытий, по месяцам

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
S	S	N	T	T	S	S	S	S	T	T	T

Примечание: S - хорошее время для путешествий; T - не самое лучшее время для путешествий, N - не сезон

Риск для здоровья: малярия (в Найроби и других высотных областях), холера, гепатит, менингит, тиф, бильгарция, ВИЧ, восточно-африканская лихорадка, желтая лихорадка, грабежи и насилие.

История и культурная жизнь. Первые следы пребывания человека на Кенийских просторах оставили кочевники-куши, пришедшие со стороны Эфиопии во втором тысячелетии до н.э. Второй поток пришельцев появился здесь в первом тысячелетии до н.э., и тогда же была заселена большая часть центральной Кении. Разные племена приходили в эти земли со всех сторон континента между пятым веком

до н.э. и пятым веком н.э. Люди банту (такие как гусии, кикуйу, акамба и меру) пришли из Западной Африки, а нильская группа племен (маасаи, луо, самбуру и туркана) из Дельты Нила в южном Судане. В VIII веке н.э сюда попали мусульмане с аравийского полуострова и Шираза в Персии и прочно закрепились на Восточно-Африканском побережье.

В погоне за дорогими специями и деньгами в XV веке сюда пришли португальцы. Продвигаясь через всю страну, Васко да Гама в итоге оказался на мысе Доброй Надежды и в 1498 году начал исследовать восточное побережье континента. Через семь лет начались набеги португальцев на регион. К XVI веку большинство местных торговых городов суахили, включая Момбасу, были окружены и оккупированы португальцами, которые положили конец арабской монополии на торговлю в Индийском океане. Португальцы обосновались здесь и долгое время контролировали регион, ублажая то одного султана, то другого. Но их положение на побережье было шатким, так как основная поддержка их форпостов осуществлялась из Гоа в Индии. И в 1720 году арабы снова взяли под свой контроль восточное побережье.

В XVIII веке на Восточно-Африканское побережье стали проникать Османские династии из персидского Залива. Ослабление португальского господства и постоянные ссоры между арабскими правителями стали причиной снижения торговли и процветания; все это повлияло на то, что такие экономические державы, как Британия и Германия не были заинтересованы в завоевании восточной Африки до середины XIX века.

Европейцы пришли сюда в поисках славы и удачи, и Кения была вынуждена приоткрыть свои секреты пришельцам. До 1880-х гг. Восточно-африканская долина разломов и высокогорье Абердаре были местом жительства гордого племени воинов маасаи. К концу XIX века годы Гражданской войны между двумя лидерами маасаи привели к ослаблению племени. Болезни и голод тоже собрали свою жатву. Это позволило британскому правительству договориться с лайбоном (вождем) маасаи о строительстве железной дороги Момбаса-Уганда. На полпути между Момбасой и Угандой сейчас находится Найроби.

Для маасаи настали тяжелые времена. Белые поселенцы заняли самые лучшие и плодородные земли, а люди маасаи были вынуждены уйти в маленькие резервации. А кикуйу, племя земледельцев из западных районов горы Кения, также были ограблены европейцами и лишились огромных территорий.

Британские поселенцы в начале XX века бедствовали, но потом они начали изучать особенности здешней земли, и стали преуспевать в своей колониальной политике. Другие европейские колонисты основали плантации кофе; к 1950-м гг. белое население страны составляло уже 80 тыс. человек. Местные племена, такие как кикуйу, были вынуждены

принять навязанный им европейцами образ жизни, но, тем не менее, затаили гнев. Гарри Туку, первый лидер политического союза кикуйу, был в 1922 году заключен в тюрьму британцами. Его преемник Джонстон Камау (прозванный позднее Джомо Кеньятта) стал первым президентом независимой Кении.

Так как возросло сопротивление колониальным законам, был создан Кенийский Африканский Союз (КАС) для решения вопросов и выдвижения требований. Подавали свои голоса за свободу и независимость другие сообщества и союзы, такие как Мау Мау, члены которого настаивали на выселении белых колонистов из Кении. В 1956 году вспыхнуло освободительное восстание, организованное Мау Мау, которое закончилось поражением мятежников. Погибло более 13500 африканцев – партизан Мау Мау, мирных граждан и военных, и около 100 европейцев.

Кеньятта провел несколько лет в тюрьме и под домашним арестом; в 1961 году он был освобожден и стал лидером Кенийского Африканского Национального Союза (КАНС), преемника КАС. Он добился независимости страны 12 декабря 1963 года, и под его управлением Кения стала одной из самых богатых и преуспевающих стран Африки. После смерти Кеньятты в 1978 году президентом стал Даниэль Арап Мои, член племени Туген.

Правление Мои характеризуется деспотизмом, упадком и смутой. Его политика привела к расколу местных сообществ, закрытию университетов и появлению сильных оппозиционеров. Попытка переворота, организованная Кенийскими воздушными силами в 1982 году, была подавлена силами, лояльными к Мои. В конце 1980-х начале 1990-х гг. международная гуманитарная помощь для Мои была приостановлена.

Международный Валютный Фонд, Всемирный Банк и основные организации-доноры потребовали прекратить репрессии и политическое давление Мои. Мои сдался, но к его удивлению Форум Реставрации Демократии - его оппозиционеры - на выборах 1993 года не смогли выставить достойную кандидатуру. Разделившись на три части ФРД утратил все свои преимущества. И Мои смог набрать одну треть голосов.

В 1995 году была создана новая партия с целью объединения распавшейся оппозиции. Новая партия - Сафина - была основана Ричардом Ликеем, знаменитым антропологом, спасителем слонов и политическим активистом. В конце 1997 года в Кении были проведены выборы. Несмотря на обвинения в фальсификации результатов выборов и давление оппозиции, Мои и КАНС победили с преимуществом в 40% голосов. Хотя Мои обещал очистить правительство от коррупции, и граждане страны его поддержали, но ничего не произошло, и кениицам пришлось ждать момента, когда Мои уйдет в отставку.

В 2002 году Мои решил уйти в отставку, получив при этом огромные льготы. На выборах в декабре 2002 года КАНС был побежден Национальной Радужной Коалицией под управлением Мваи Мбаки. Это событие вселило оптимизм в сердца граждан Кении. Но в то же время страна сейчас задавлена грузом внутренних проблем. С 1997 года Кения пережила несколько наводнений, эпидемии холеры и малярии, этнические столкновения и опустошающую засуху. ВИЧ остается одной из главных проблем страны. В августе 1997 года террористы подложили бомбу в Американские посольства в Найроби и Дар-Эс-Саламе, и в результате были убиты 250 человек и пострадали более 5000. А в ноябре 2002 года в отеле на севере Момбасы террорист-самоубийца взорвал себя. Все это свидетельствует о политической и социальной дестабилизации в стране.

Традиции и культура. В Кении существует более 70 племенных групп. Различия между ними постепенно стираются, - в кенийскую жизнь входит западная культура, но все равно первым вопросом при встрече двух местных жителей остается "Из какого ты племени?" То есть родо-племенные отношения продолжают сохраняться.

Английский и суахили - два языка, обязательные для изучения по всей стране, но здесь также очень много местных языков: кикуйу, лухиа, луо, кикамба и других. Путешествуя по Кении полезно немного знать суахили, особенно вдали от крупных городов. Другой повсеместно распространенный язык - шенг, на котором говорит молодежь страны. Шенг представляет собой смесь суахили, английского и нескольких местных языков.

Большинство кенийцев, живущих на побережье и в восточных провинциях, - мусульмане, а в остальных частях страны живут христиане различных направлений. Мусульмане составляют около 30% населения. В некоторых областях страны образовались свои религии, являющие собой смесь мусульманства, христианства и местных верований.

Кенийцы любят веселиться, основным музыкальным стилем здесь является бенга - современная танцевальная музыка. Она возникла первоначально в племени Луо в 1950-х гг. Известными исполнителями бенги были: Shirati Jazz, Victoria Kings, "Globestyle" и "The Ambira Boys".

Основным блюдом национальной кухни является густая паста из бобов и мяса. Калорийная дешевая пища действительно необходима для местных жителей. Ньяма чома (жареное мясо, обычно козлятина) - одно из самых распространенных блюд. Кенийская пища не слишком подходит для гурманов и вегетарианцев. Кенийцы очень любят пиво, почти так же как танцы, поэтому в стране развита пивная промышленность.

События. Государственными праздниками являются День Кеньятта (20 октября) и День Независимости (12 декабря). Момбаса, жаркий город

с интереснейшей историей, построенный в XII веке, - крупнейший порт на восточном побережье Африки. На протяжении нескольких столетий он был приютом мусульман, а в 1505 году после нападения португальцев был сожжен и сровнен с землей. Он был восстановлен и разрушен вновь, после чего правитель Момбасан отстроил город и начал борьбу с португальцами. Район Старого города Момбасы свидетельствует о тяжелых временах. Но его деревянные резные украшения и балкончики - повод постоянного восхищения путешественников. Наиболее яркая достопримечательность старого квартала - Форт Иисуса, который возвышается над входом в гавань. Его начали строить португальцы в 1593 году, и он несколько раз менял свой облик с 1631 по 1875 год. Сейчас здесь располагается музей, а сам форт это эффектная смесь итальянской, португальской и арабской архитектуры.

Экзотика в туризме страны. В Кении возможны различные формы отдыха и путешествий (см. таблицу № 4.17), и это обстоятельство также наложило свой отпечаток и порой является одним из стимулов привлечения иностранцев, хотя криминальная обстановка может ограничивать время и расстояния их визитов.

Начнем с того, что слово "сафари" на суахили означает путешествие, и это слово ничего не значило бы для нас, если бы не эта восточно-африканская страна приключений. Колыбель человечества, которой считают некоторые ученые, - Кения - отличается широким разнообразием дикой природы. Только одно зрелище ежегодной миграции диких антилоп в Масай Мара служит причиной приезда сюда тысяч туристов со всех континентов.

К сожалению, столкнуться с дикостью турист может не только в природе, но и в общественной жизни страны, так как в больших кенийских городах действуют наглым образом преступные группировки, и полиция порой бессильна что-либо изменить. Но если быть внимательным и придерживаться правил безопасности, то всегда есть шанс благополучно завершить турне, получив впечатления от пляжей, национальных парков, величественных горных ландшафтов, коралловых риф и древних суахильских городов.

Как было сказано выше, основное развлечение в Кении - это сафари, но здесь их несколько видов. Верблюжье сафари проводят в областях Самбуру и Туркана между Исиоло и озером Туркана. Из национальных парков Кении наиболее интересен Масаи Мара на западе от Найроби. Кроме него – парки Амбосели у подножия горы Килиманджаро и Какамега, с его многообразием птиц, и озера Баринго и Накуру.

Для пешеходных прогулок лучше всего подходят окрестности горы Кения, где много троп, ведущих, в том числе, на один из самых высоких пиков – точку Ленана, взобраться на которую не составляет никакого

труда. Интересно побывать в таких природных областях страны, как гора Элгон у границы с Угандой и холмы Нгонг неподалеку от Найроби, но лучше это сделать в сопровождении вооруженной охраны. В Кении превосходные возможности для рыбалки на всем побережье около Малинди и рафтинга по бурным рекам. Прекрасным африканским пейзажем можно полюбоваться с воздушного шара, подъемы на котором организуются в Национальном заповеднике Масаи Мара. В прибрежных городах, таких как Малинди, и около архипелага Ламу прекрасные условия для дайвинга и виндсерфинга.

Таблица № 4.17. Виды активного отдыха в Кении

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Горные лыжи	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Пешие походы	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Серфинг	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в море/океане	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в озерах	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Экотуризм	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Сафари	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Достопримечательности страны. Столица Кении – **Найроби** - многонациональный, энергичный, интересный и живописно расположенный город, считающийся деловым центром. Можно от одного конца бизнес-центра дойти до другого за 20 минут, и за это время почувствовать современную городскую жизнь Африки. К сожалению, здесь туриста могут ограбить. Безопасность - это большая проблема, особенно ночью, и поэтому многие путешественники не любят приезжать сюда. Местные жители называют столицу "городом грабежей".

Найроби связан с Момбасой угандийской железной дорогой. Изначально это было всего лишь болотистое место, где жили племена маасаи. Он стал полноценным городом только к 1900 году. Пятью годами позже Британский протекторат сделал его столицей. В настоящее время это самый крупный город между Каиром и Йоханнесбургом, население которого, составляющее 2,5 млн. человек, продолжает быстро увеличиваться.

Как и большинство городов, Найроби имеет свой многолюдный рынок, торговую и транспортную сеть, бедные окраины жителей

среднего класса и красивейшие богатые особняки в глубине садов в центральной части города. Город полон энергии, желаний и возможностей. Здесь рабочие, безработные, усталые водители и нищие перемешиваются с небогатыми путешественниками, путанами, владельцами магазинов, старшеклассниками, уличными торговцами, дремлющими охранниками, наркодиллерами. В центре города находится Ривер Роуд; рекомендуется его посетить, хотя не советуется оставаться здесь надолго. Многие путешественники считают центр Найроби местом, где можно остановиться и перекусить. Но лучше найти отель, расположенный в более спокойном месте.

Из достопримечательностей здесь расположены Национальный Музей, Музей Змей и Национальный Архив. В Национальном Архиве находится много документов, рисунков и ремесленных изделий. За пределами города раскинулся Национальный Парк Найроби. Если с вами путешествуют дети, то посетите Парк Жирафов Лангата - это будет незабываемое путешествие.

Город **Момбаса** расположен на одноименном острове, который соединяется с материком в южной и северной частях города. В центре острова находится железнодорожная станция, а вокруг - множество отелей, ресторанов и развлекательных заведений. Великолепные пляжи раскинулись на севере и юге города. Между Найроби и Момбасой налажено железнодорожное, автобусное и воздушное пути сообщения. А между Момбасой и Танзанией регулярно ходят автобусы.

Национальный парк Абердар представляет собой вересковую пустошь и высокий лес на 60-ти километровом плато Кинангоп. Это место редко включается в списки сафари и также редко посещается путешественниками-одиночками. Но если туриста не пугают перемены погоды, то ему следует навестить этот отдаленный непроходимый лес. Его флора и фауна разнообразны, а пейзажи парка почти уникальны, что-то похожее можно наблюдать только у подножия горы Кения. Здесь есть величественные и мрачные 300-метровые водопады Гура и альпийские вересковые пустоши, где можно встретить черного леопарда, слона, носорога и бонго (винторогую антилопу).

Какамега - область девственных тропических влажных лесов в самом сердце развитого сельскохозяйственного района Западной Кении. Здесь живут многие виды птиц и животных. В лесной части заповедника обитает множество видов приматов, среди которых: краснохвостая мартышка, черный и белый колобусы и голубая обезьяна. Лучший способ осмотреть все красоты леса - просто погулять по нему, тем более, что здесь есть много пешеходных тропинок. В местном лесничестве есть превосходный гостевой дом, а для лучшего изучения леса можно нанять гидов.

Мара, как его называют местные жители, наиболее популярный парк дикой природы в Кении. Этот 320-километровый заповедник представляет собой занимательный парк дикой природы, сливающийся с Серенгети. Многие посетители отказываются от дальних прогулок по его открытым просторам саванн, чтобы избежать встречи с огромными стадами антилоп. На западной границе парка находится Пропасть Есойт Олоолоо (Сирия), и в этой части парка обитает большинство диких животных. Стаи львов живут повсюду, и можно часто наблюдать за тем, как они охотятся. Слоны, бизоны, зебры, различные виды антилоп и гиппопотамы встречаются здесь в больших количествах. Это скорее резерват, чем национальный парк, так как людям племени маасаи разрешено охотиться здесь. В заповеднике расположена деревушка Маасаи, которая открыта для туристов.

Существует два ежедневных рейса между Найроби и Масай Мара, здесь есть, где остановиться и перекусить. Маленький провинциальный городок Нарок, в нескольких часах езды к западу от Найроби, является основным входом в парк.

Самое удивительно событие в Кении - это ежегодная миграция антилоп. В июле и августе миллионы этих животных собираются в огромные стада и мигрируют из Серенгети в поисках густой травы. Они отправляются на Юг в октябре. Лучше всего наблюдать этот феномен в Национальном Заповеднике Масаи Мара.

Перемещения по стране. Международные транспортные коммуникации. Международный аэропорт Найроби Джомо Кеньятта является пересадочным пунктом для рейсов в большинство африканских стран. Существуют прямые рейсы между Кенией и многими городами Европы и США. Стоимость билетов относительно невысокая. Налог на вылет на международных рейсах составляет $20, и обычно включается в стоимость билета. Гражданин Узбекистана может добраться до Кении транзитом или через Лондон, или Амстердам, используя стыковочные рейсы «Узбекистон хаво йуллари» с другими авиакомпаниями. Билет перевозчика «Бритиш Аэрвейс» из Ташкента через столицы Армении и Великобритании в Найроби в оба конца обойдется в $1800 на одного человека.

Турист может путешествовать на автобусе или микроавтобусе между Кенией и Танзанией. Основными маршрутами являются Момбаса или Найроби - Дар-Эс-Салам, Найроби - Аруша и Найроби - Моши. Один раз в неделю ходит поезд из города Вои в Кении до пограничного Таветы, откуда реально добраться на местном транспорте до Моши. Существует паромный путь сообщения Момбасы с Занзибаром и Дар-Эс-Салам.

Основным КПП на границе с Угандой является Малаба. А если турист двигается из Кисуму, то он будет проезжать Бусию. Существует

дорога между Найроби и угандийской столицей Кампала, но нет трансконтинентальных путей, связывающих Кению с Сомали и Суданом. Грузовики и путешественники пересекают границу с Эфиопией, направляясь в Мояле или из него.

Внутренние/региональные транспортные коммуникации. В Кении около 250 аэропортов и аэродромов, и множество рейсов связывают Найроби с Момбасой, Кисуму, Наньюки, Малинди, Ламу и национальными парками/заповедниками Амбосели, Масаи Мара и Самбуру. Вообще-то, считается для туриста везением приобрести билет на самолет: внутренние перелеты и перелеты в соседние страны на относительно большие расстояния дешевы и безопасны. Кенийский поезд между Найроби и Момбасой - популярный вид транспорта, несмотря на то, что железные дороги и составы изношены. Но поезда ходят по расписанию и безопасней чем автобусы. Из Вои в Тавету на танзанийской границе тоже еженедельно ходит поезд, но этот маршрут менее популярен.

В Кении много видов транспорта: автобусов, матату (микроавтобусов), маршрутных и частных такси. Велосипед - удобное средство передвижения, как по дорогам сельской местности, состояние которых оставляет желать лучшего, так и по основным дорогам, забитым автомобилями.

Ввозя в Кению свою машину, турист обязан получить на границе трехмесячное разрешение при наличии всех необходимых документов на автомобиль. Следует помнить, что в северной части страны нередки вооруженные нападения на одиноких автомобилистов, и туристу лучше получить разрешение у полиции на путешествие по этим областям. Аренда велосипеда в Кении (особенно в ее национальных парках и заповедниках) - дорогое удовольствие, но это даст свободу передвижения и возможность достичь отдаленных районов. Состояние кенийских дорог варьируется от региона к региону.

Незабываемое приключение - плавание на дхоу вдоль Восточно-Африканского побережья. Наиболее популярны роскошные круизы на дхоу из Ньяли, на противолежащий остров Момбасу. Есть недорогие круизы в Ламу.

Ценовая политика для туристов. Ценообразование в сфере туризма характеризуется в зависимости от качества, ассортимента и разнообразия товаров и услуг (таблица № 4.18). Так, стоимость проживания в Кении весьма приемлема, если, конечно, турист согласен пользоваться общественным душем и туалетом. При условии, что ему не нужен комфорт, затраты составят $4-7 в день. Если есть желание путешествовать с комфортом, то следует удвоить эту сумму, и тогда придется заплатить от $65 до $150 за день сафари. Посещение национальных парков - от $50 до $30. В каждом

городе есть маленькие кафе, где можно отведать что-нибудь из местной кухни всего за $4.

Самые дорогие рестораны в Кении это рестораны индийской кухни. Обменные пункты иностранных компаний - лучшее место для обмена денег. Их курсы приемлемы, и они не берут комиссионные за обмен. Лучше носить деньги во внутренних карманах, чтобы лишний раз не провоцировать воров. В Кении, имеющей развитую туристическую индустрию, к чаевым привыкли и ждут их. В обычном ресторанчике 5-10% от счета является нормой. Проводникам на сафари, гидам, водителям, поварам нужно давать чаевые, около $3-4 чаевых в день.

Таблица № 4.18. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	3-7	4-9
Средний	8-15	10-34
Высокий	16-30	35-400

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Найроби, Момбаса, экотуризм, криминогенная обстановка, природные ресурсы, география, история, племена, суахилия, инфраструктура, путешествия, обмен, ремесла.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характеризуется национальная модель туризма Кении?
2. Как география, история, культура увязана с имиджем страны?
3. Какова ценовая политика и сервис для туристов в Кении?

4.7. KNEDLO-ZELO-VEPRO, КАТОЛИЦИЗМ И ПИВО: ЧЕРТЫ ЧЕШСКОГО ТУРИЗМА

Модель туризма. К настоящему времени можно сказать, что в Чехии сформирована национальная модель туризма, характеризующаяся следующими моментами:

- процесс урбанизации ведет к появлению новых сфер досуга и, с другой стороны, переориентирует туристов на сельские формы отдыха и путешествия;
- высокий уровень обслуживания и наличие налаженной инфраструктуры;
- безопасность и комфорт – вот характерные элементы туристской индустрии;
- приемлемые цены как для богатых, так и бедных путешественников;
- интерес к стране со стороны западных инвесторов;

- вхождение Чехии в западные структуры позволило сформировать благоприятную законодательную основу и проводить скоординированную въездную политику.

География страны. Административно-территориальное деление имеет свою специфику. Имея общие границы с Австрией, Германией, Польшей и Словакией, Чешская Республика состоит из Богемии на Западе и Моравии на Востоке. В Моравии расположена маленькая южная часть исторического района Силезия, остальная часть которого находится в Польше. Прага, в свою очередь, является столицей не только Чешской Республики, но и Богемии, расположена у берегов реки Влтавы в 30 километрах от слияния ее с Лабой.

Природа также не обделила Чехию своеобразием. Отмечается красивый и разнообразный ландшафт: горы, высокогорья, широкие равнины, плоскогорья, пещеры, каньоны, болота, озера, водоемы, дамбы, что привлекает миллионы туристов сюда. К сожалению, чем севернее, тем больше загрязненность воздуха и последствия кислотных дождей из-за нерегулируемой индустриализации с XIX века.

Несмотря на вырубку в течение нескольких веков, леса занимают около одной трети площади страны. Большая часть девственных лесов располагается в горах. Выше верхней границы произрастания лесов (выше 1400 метров над уровнем моря) растут только травы, кустарники и лишайники. Самые распространенные животные - рысь и другие дикие кошки, сурки, выдры, куницы, норки. В лесах и болотах обитают фазаны, куропатки, утки, гуси и другая дичь. Реже встречаются орлы, грифы, скопы, аисты, дрофы.

Благодаря влажному континентальному климату, преобладающему на большей части территории Чешской Республики, летом тепло и дождливо, а зимой холодно и снежно. В июле самая жаркая погода, а в январе - самая холодная. С декабря до конца февраля температура воздуха падает ниже нулевой отметки на плоскогорьях, а в горах куда холоднее. Не существует никакого сухого сезона, так как в течение долгого солнечного лета неожиданно льются дожди и бушую грозы. Зимой 40-100 дней в году лежит снег (в горах около 130 дней), а на плоскогорьях - нередки туманы. Туристские сезоны приведены в таблице № 4.19.

Таблица № 4.19. Туристские сезоны Чехии

Регион	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Горные районы	S	S	S	S	S	S	T	T	S	S	S	S
Равнинные районы	T	T	T	S	S	S	T	T	S	T	T	T

Примечание: S - хорошее время для путешествий; T - не самое лучшее время для путешествий; N - не сезон

Самое лучшее время для визита в Чешскую Республику - май, июнь, сентябрь. В апреле и октябре дешевле, но прохладнее. Многие чехи уходят в отпуск в июле и августе, поэтому большинство культурно-исторических центров запружено отдыхающими. Общежития переполнены студентами, особенно в Праге, то же на курортах в горах Крконос и Татрах. Такие города, как Прага и Брно, а также горные курорты можно посещать круглый год. А с октября по март-апрель большинство дворцов, музеев, туристических развлечений закрывается, транспорт сокращается.

Расширяется туристское пространство. Так, кстати, недавно Министерство обороны Чехии заявило, что готово частично открыть для туристов военно-учебные территории. Новые маршруты будут созданы для лыжников и велосипедистов, сообщает Радио Прага. Например, авиаполигон в Брдах у Праги, куда нельзя попасть без специального разрешения, на два года предоставит гражданскому населению 92 км туристических троп и еще 18 кв. км - грибникам. По мнению министра обороны, Карела Кинла, на сегодняшний день нет необходимости в полной изоляции военных полигонов от людей. Кроме того, многие редкие уголки природы уникальной красоты, являющиеся составной частью подобных территорий, просто грех прятать от путешественников. Представители армии уверяют, что туристы могут не опасаться невзорвавшихся боеприпасов, открытые их посещению места будут разминированы и обезврежены, а военные маневры будут проводиться вдалеке от новых туристических маршрутов.

История страны. Объединение славянских племен в V-VI веках ознаменовало начало истории Чехии. Племена приняли христианство и соединились, создав на короткое время Великую Моравскую империю (830-906 гг.), которая включала в себя Словакию, Богемию, Силезию, а также части восточной Германии, юго-восточной Польши и северной Венгрии. К концу IX века чехи вышли из империи и создали независимое государство Богемию.

Пражский дворец был построен в 870-х годах князем Боривоем и стал местом правления династии Пржемыслов, которые смогли присоединить чешские племена только в 993 году. В 950 году немецкий король Отто I отвоевал Богемию и присоединил ее к Римской империи. В 1212 году Папа Римский сделал Отакара I королем этих земель. Его сын и наследник Отакар II пытался объявить себя императором Римской империи и королем чехов, но королевская корона была передана Рудольфу Габсбургу. Сильное правление Габсбургов было золотым веком Богемии. Прага стала одним из самых больших и значимых городов Европы и украсилась изящными готическими памятниками архитектуры.

В конце XIV - начале XV веков была проведена церковная реформа. Вспыхнула Гуситская революция. Во главе повстанцев стал чех Ян Жижка, который был воодушевлен идеями Яна Гуса. Распространение гусизма угрожало статусу католицизма в Европе. В 1420 году объединенные гуситские силы защитили Прагу от первой антигуситской рыцарской войны, которая была объявлена Папой Римским. Гуситы, несмотря на то, что воевали против превосходящих и лучше оснащенных сил, несколько раз вторгались вглубь Германии, Польши, Австрии.

В 1526 году Чехия была возвращена под контроль католиков Габсбургов. 23 мая 1618 года богемские чины, жалуясь на неисполнение обещаний Габсбургов о религиозном равенстве и о сохранении своих льгот, выбросили двух габсбургских советников из верхнего окна Пражского замка (те выжили, получив небольшие травмы). Данная "выброска" была началом 30-летней войны. Чехи потеряли свои права, имущество и практически все свое национальное своеобразие из-за "католицизация" и германизации. На дальнейшие 300 лет судьба чехов была предрешена. В XIX веке национальная "идея" возрождалась в Богемии и Моравии. Чешские земли воссоединились во время европейских революций в 1848 году, а Прага была первым городом в Австрийской империи, который потребовал реформу. В течение Первой мировой войны мечта о независимом государстве Чехии начала сбываться. В итоге чехи и словаки договорились создать единое федеральное государство, состоящее из двух равных республик. В начале Первая Республика переживала промышленный подъем, но, из-за медленного развития, Великой депрессии, изобилия чешских бюрократов, а также невыполнения обещания о создании словацкого федерального государства словаки потребовали автономии.

Чехословакия должна была справляться со своими проблемами вне мирного времени. Большинство из трех миллионов говорящих на немецком языке богемцев поверили в мечту о величайшей Германии. Гитлер потребовал (и получил) Судетенланд согласно известному Мюнхенскому Соглашению 1938 года, а чехи стали готовиться к войне. Как ни малы были материальные потери в Богемии и Моравии в течение войны, многие представители чешской интеллигенции были убиты, и немцы практически полностью истребили чешское подполье. Десятки тысяч чешских и словацких евреев умерли в концлагерях. 5 мая 1945 года население Праги восстало против немецких военных сил и освободило город практически до того, как прибыли советские войска.

Чехословакия была восстановлена как независимое государство. Попытки укрепить национальное своеобразие и наказать угнетателей состояли в массовой депортации жителей немецкого и венгерского происхождения. После выборов 1946 года самой большой политическои

партией стали коммунисты, имея 36% общественной поддержки. В 1950-х годах настало время суровых репрессий и регрессии, благодаря коммунистической экономической политике, которая практически привела страну к банкротству. Многие были посажены в тюрьму, сотни были казнены или умерли в колониях, иногда лишь из-за демократических убеждений. В течение 1960-х годов Чехословакия постепенно проводила либерализацию. Новый президент, бывший лидер Словацкой партии Александр Дубчек, поддержал демократию и намеревался прекратить социалистическую цензуру. Советские лидеры, в кошмарном сне не представляющие демократическую страну в советском блоке, подавили короткую "Пражскую весну" 1968 года, введя войска Варшавского пакта ночью с 20 на 21 августа. К концу следующего дня 58 человек было убито. В 1969 году был снят с поста и отправлен в Департамент лесного хозяйства Чехии Дубчек. Около 14 тыс. партийных деятелей и 500 тыс. членов партии, которые отказались вернуться к вере в социализм, были изгнаны из партии и уволены с работы. Тоталитарное правление было восстановлено, и диссиденты снова попали в тюрьму.

После снесения Берлинской стены в конце 1989 года коммунистический режим продолжал управлять страной. Но 17 ноября все изменилось. Пражское коммунистическое молодежное движение организовало демонстрацию в честь 9 студентов, убитых фашистами в 1939 году. Мирные 50 тыс. человек была загнаны в тупик, около 500 - избила милиция, а еще 100 - было арестовано. На следующий день волнения разрослись, а выдающийся диссидент Вацлав Гавел создал антикоммунистическую коалицию, которая привела к отставке правительства 3 декабря. Было создано так называемое "Правительство национального понимания", коммунисты оказались в меньшинстве. Гавела выбрали в президенты республики 29 декабря, а Дубчек стал спикером национальной ассамблеи. Дни после 17 ноября стали называться "Бархатной революцией" в связи с мирным течением событий. В сентябре 1992 года Дубчек попал в аварию около Праги и умер от полученных травм 7 ноября. С тех пор теоретики заняты исследованием возможного заговора.

В Словакии желание автономии стало более очевидным, и меньшинство требовало независимости. В итоге премьер-министрами обеих республик и другими выдающимися политиками было принято решение о разделе страны. Многие, в том числе и сам президент Гавел, требовали референдума, но даже петиция, подписанная миллионами чехословаков, не была достаточна для того, чтобы федеральный парламент смог договориться о том, как это сделать. Впоследствии Гавел подал в отставку, поскольку, несмотря на многочисленные попытки нового парламента, его не переизбрали. Итак, 1 января 1993 года

Чехословакия прекратила свое существование - уже второй раз в течение века. Прага стала столицей новой Чешской Республики, а Гавел - ее первым президентом.

Благодаря строгой экономической политике, все более развивающемуся туризму и устойчивой промышленной основе Чешская Республика становится сильнее: безработица - терпима, в магазинах - продукты, многие города обновляются. Но не все положительно: налицо огромная нехватка жилья, резко поднимается уровень преступности, серьезна проблема загрязнения окружающей среды, снижается уровень системы здравоохранения. Иногда чувствуется политическая неустойчивость (например, когда парламент не мог выбрать нового президента, который должен был заменить Вацлава Гавела в феврале 2003 года). Но, кажется, новая демократия и радикальное экономическое преобразование имеют место.

Культура Чехии. Чехи - простой уравновешенный народ, имеющий культурные, религиозные, политические особенности. На это небольшое государство оказали влияние немецкая, австрийская, польская, венгерская культуры; либеральные взгляды сосуществуют здесь с консервативным жизненным укладом, глобальное мышление - с национальной политикой. Самая распространенная религия - католицизм, хотя по данным 1991 года меньше 40% населения называют себя католиками, а еще меньше регулярно посещает церковь. Следующая по количеству верующих религия - Гуситская церковь, а также ряд других протестантских ветвей, самая большая из которых - Евангельская церковь чешских собратьев. В Праге - самая большая в стране еврейская диаспора (около 6 тыс.), а меньшие сообщества находятся в Остраве и Брно.

Подавляющее большинство путешественников получает огромное впечатление от архитектурных шедевров Чешской Республики, среди которых здания в стилях барокко, модерн, кубизм. Восхищают и другие виды и предметы искусств, например, богато украшенные манускрипты, религиозные скульптуры, кукольный театр.

Чешская музыка включает в себя классическую, джазовую, панк. Самым популярным чешским композитором считается мясник Антонин Дворжак. Он известен симфонией "Из Нового Света", которую написал в США, когда читал там лекции. Чешские джазовые музыканты были выдающимися в европейском джазе после Второй мировой войны, но все было прервано после коммунистического путча. Клавишник Ян Хамр, бежавший в США, преуспел в американском джаз-роке 1970-х годов под именем Ян Хаммер. Со времен Бархатной революции джаз в Праге стал очень популярным. Мрачный индустриальный Север, а именно Теплица, считается центром чешского панка.

Несомненно, самый известный чешский писатель - Франц Кафка. Как и другие немецкоязычные еврейские писатели в Праге, он играл

большую роль в литературе начала столетия. Среди известных международных "современных" чешских писателей числятся Милан Кундера, Иван Клима, Иозеф Скворецки, менее известен поэт Ярослав Сиеферт, который получил Нобелевскую премию в 1984 году. Драматург Вацлав Гавел сейчас работает на сцене значительно большего масштаба.

Чешская кухня, в основном, центральноевропейская с сочетанием немецкой, венгерской и польской гастрономических школ. Мясо считается основным блюдом, гарниры - большая порция клецек, картошки или риса с густым соусом, а также тщательно приготовленные овощи или горячая квашеная капуста. Блюдо на скорую руку - "knedlo-zelo-vepro" (клецки, горячая квашеная капуста, печеная свинина). Обычно к блюду добавляют тмин, бекон, огромное количество соли. Будьте аккуратны, если вы вегетарианец или страдаете от холестерина!

Туристские визиты и экономика отрасли. Согласно статистическим данным, ежегодный объем туризма Чехии - 17 млн. туристов, всего же в 2005 году страну посетили 6,3 млн зарубежных гостей. Как отмечают эксперты, причиной этому послужили политические изменения 1989 года. При этом следует отметить, что Прага больше не принадлежит только бывалым любителям путешествий. Чешской Республике есть что предложить каждому своему гостю. В то время как Прага "кишит" туристами, остальные места практически нетронуты.

По данным статистики, в 2005 году столицу посетили 3,7 млн. иностранных туристов, что на 10% больше, чем в 2004 году. Основную массу приезжающих в Чехию составляют россияне, англичане и американцы. Кроме того, увеличивается число японских, испанских туристов, а также – гостей из Франции, Голландии, Италии и Израиля.

По информации журнала "Czech Travel News"[80], основная масса иностранных туристов, прибывающих в Чешскую Республику, – это около 38,5% - останавливаются в гостиницах невысоких категорий – 1/2/3-звездочных (что по карману многим небогатым путешественникам), более обеспеченные посетители – 34,1% – в отелях 4/5-ю звездочками, 11% предпочитают пансионаты (это пенсионеры и желающие получить лечебные процедуры), 7,9% живут в частном секторе и лишь 8,4% - в других заведениях (в палатках, на катерах, в школах и колледжах в летнее время, а также лагерях и турбазах).

Далее, касаясь развития туризма в Чехии, необходимо добавить, что сюда приезжают и так называемые однодневные туристы – посетители, которые проводят в стране менее 24 часов. Так, 47,8% туристов останавливаются только на одну ночь, 22,5% - на две, 7,4% - на три, 7,2% - на четыре, 10,3% - на пять-девять и 4,9% - свыше десяти ночей. Как

[80] "Czech Travel News", № 3-4, April 1998, p.18-19.

видно из этого, однодневным туристам достаточно времени для просмотра достопримечательностей страны, города, театров и других объектов туризма. Причем Чехия, находясь на перепутье Европы, обеспечивает транспортную мобильность иностранных путешественников.

Естественно, что 50,8% всех прибывших в Чехию туристов совершают этот визит в пятый и более раз! 22,8% - в третий-пятый раз, 14,9% - во второй раз и 11,5% - в первый раз. На вопрос "Планируете ли вы совершить в Чешскую Республику еще раз визит?" 84,1% ответили положительно, 13,5% ответили, что не знают, и лишь 2,4% заявили отрицательно (часть из которых не получила удовлетворение и часть в связи с намерением расширить географию познания в новых странах).

Развивается инфраструктура средств размещения. Так, сеть дешевых гостиниц easyl lotels планирует в 2006 году открыть около 10 отелей в центре Праги. В настоящее время компания easyGroup ведет переговоры о совместном расширении с крупнейшей чешской сетью Euroagentour, которой принадлежит 29 3- и 4-звездочных гостиниц. Система easyGroup отличается тем, что позволяет максимально снизить цены на проживание, в частности за счет отсутствия окон в номерах, а также в комнатах не проводится уборка, если постоялец не закажет эту услугу за отдельную плату.

Стоит отметить, что интерес инвесторов к пражским отелям растет благодаря высокой прибыли, которую приносят гостиницы в чешской столице - сумма на 25% превышает доходы отелей в других странах ЕС. Кроме того, за последние 4 года поток туристов в Прагу увеличился на 1,5 млн человек. К Праге проявляют интерес такие сети, как Mandarin Oriental Hotel Group, Ritz-Carlton или Rocco Forte, а также Sheraton и Le Royal Meridien.

Новое в законодательстве туризма. В связи с поправками в Законе "О пребывании иностранцев на территории Чешской Республики", для оформления чешской визы необходимо иметь страховой полис медицинского страхования для поездок за границу (предъявить оригинал страхового полиса и сдать его ксерокопию). Страховка должна распространяться на весь срок проживания на территории Чешской Республики, сообщает Радио Прага. Страховка должна покрывать болезни, несчастные случаи и перевозку больного на территорию государства, гражданином которого является застрахованный. Страховая сумма должна быть не меньше 30 000 евро.

Узбекско-чешские отношения. В Ташкенте функционирует Чешское посольство, где предоставляют туристические визы для граждан Узбекистана. С другой стороны, чехи также предпочитают путешествовать в Узбекистан. Объемы пока не столь внушительные: так, согласно таможенной статистики, в 2004 году республику посетили 40 человек, из них с туристской целью – 2, с деловой – 24, частной – 13, прочей -1; в 2005 году, соответственно, 86, 3, 57, 26 и 0.

Активный туризм. Волнистые холмы и невысокие горы Чешской Республики - великолепные трассы для пеших походов, особенно в западной и южной Богемии около Сумавы и в Крконосах в северной Богемии. Скалолазам лучше отправляться на Песчаные Камни на реке Лабе в северной Богемии, а любителям пещер - в Моравский Карст, расположенный к северу от Брно. Самое лучшее место для прогулок на лодке - красивая, но, к сожалению, грязная река Сазава.

Заниматься лыжным спортом удобно и недорого, хотя условия не соответствуют западноевропейским стандартам, и очереди - длинные. Лыжное снаряжение обычно плохого качества, поэтому лучше привозить с собой собственное. Самое лучшее место для слалома - на горе Спинлеруве в Крконосах, с января до начала апреля, а в Сумаве лучше ходить на равнинных лыжах. Таблица № 4.20 приводит рекомендации по туристским продуктам/услугам по сезонам.

Практически каждый день в Чешской Республике праздник какого-либо святого, а "особые дни", фестивали и другие праздники отмечаются с особым размахом. 30 апреля в Праге проходит чешский вариант Вальпургиевой ночи, Палени Кародеджиник (сожжение ведьм), который представляет собой дохристианский праздник отпугивания зла. Практика "политически некорректного сожжения ведьм" была заменена ночными вечеринками с кострами на острове Кампа и в садах пригородных домов. Отмечаются другие культурные праздники, такие, как Пражская весна и Международный музыкальный фестиваль, соответственно в мае и июне, пражская Международная книжная ярмарка в мае, а также Фестиваль Моцарта в сентябре. В Чехии тихо отмечаются Рождество и Новый год за исключением Праги, где многочисленные туристы встречают его весьма бурно.

Таблица № 4.20. Виды активного отдыха в Румынии

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плаванис с маской	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Горные лыжи	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S
Парашют	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N
Рафтинг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N
Пешие походы	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N
Серфинг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Купание в озерах	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Новые турпродукты. Страна готова предоставить разнообразие слуг. Появляются и новые, например, бесплатный трамвай в столице Чехии. Теперь у туристов появилась возможность осмотреть исторический центр, даже не покупая талончиков. Трамвай №77 следует по маршруту Namesti Bratri Synku - I.P.Pavlova - Karlovo namesti - Vaclavske namesti - Bila labut - Vltavska - Strossmayerovo namesti - Malostranska - Ujezd - Narodni trida - Karlovo namesti - Albertov - Namesti Bratri Synku. Таким образом, пассажиры смогут увидеть основные достопримечателности города - Вацлавскую площадь, Национальный театр и Малую Страну. Проезд на трамвае будет бесплатным до 5 декабря.

Кроме того, пражские чиновники решили позаботиться о туристах и облегчить им путь от Староместской площади к Национальному музею. Скоро гостям города не нужно будет преодолевать 500 м в горку пешком - их туда станет возить специальный трамвайчик, который будет курсировать по площади. А пока рабочие кладут рельсы, вместо трамвайчика пустят автобусный маршрут, причем микроавтобусы будут работать на электрических двигателях, так что туристам не придется страдать от выхлопных газов.

С 30 сентября по 2 октября в чешском городе Плзень проходит ежегодный пивной фестиваль. В этом городе варится всемирно известное пиво, где сохраняются и развиваются традиции пивоварения. В 2004 году в местном музее была открыта экспозиция пивных бочек, разных пивных курьезов и очень милая пивная «Паркан». Но главная достопримечательность здешних мест и всего фестиваля - пивоваренный завод «Пльзенский Праздрой», или Pilsner Urquell. За его воротами, ставшими символом этого предприятия, можно увидеть, например, самый большой варочный цех в Чехии или мастерскую бондарей и, конечно, попробовать в исторических пивных подвалах настоящее нефильтрованное пиво прямо из дубовых бочек или пообедать в самом большом чешском пивном ресторане «На Спилце».

Ценообразование в туризме. Приближенность к Западной Европе обусловили специфику ценообразования в секторе туризма Чехии (см. таблицу № 4.21). Цены в крупных туристических центрах, например в Праге и Богемии, выше, чем в других местах, но для западных путешественников - не очень обременительны. Исключением является жилье в Праге, где отмечается дороговизна. Если турист остановится в общежитии или кемпинге и будет питаться в недорогих уличных кафе, то летом $15 в день на человека будет достаточно. $20-25 позволят вам остановиться в частном доме (комнате в квартире) или общежитии, питаться в недорогих ресторанах, ездить на общественном транспорте.

Таблица № 4.21. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	2-5	10-15
Средний	5-10	15-80
Высокий	Более, чем 10	Более, чем 80

Чтобы остановиться в двухместном номере с ванной в недорогой гостинице или в пансионате, пробовать блюда местной и западной кухни, надо иметь при себе ежедневно около $30-40. В Праге эти цены будут на одну треть больше и возрастут, если турист планирует остаться в центре. С другой стороны, многие гостиницы снижают цены на одну треть вне летнего сезона, за исключением Пасхи и Нового года. В ресторанах с обслуживанием принято давать на чай 5-10% от стоимости счета. Обычно говорят, сколько надо платить, а туристу следует сказать, сколько добавляет в виде чаевых.

Дорожные чеки обналичивают по всей стране. Европейские чеки можно обналичивать без комиссионных в коммерческих банках. Без комиссионных обналичивают чеки для своих клиентов в пражских офисах "American Express" и "Thomas Cook". В дорогих ресторанах и гостиницах принимают некоторые кредитные карточки, например, American Express, Visa или MasterCard (Access), а иногда Eurocard, Diners Club, JCB. В большинстве турагентств и сувенирных магазинов в Праге принимают кредитные карточки, но в обычных магазинах предпочитают кроны.

Эксперты советуют никогда не обменивать валюту на "черном рынке": их курс мало отличается от официального банковского, и туристов обманывают, выдав старые недействительные кроны или обесцененные польские злотые.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Чехия, Прага, Моравия, Ян Гусак, католицизм, туризм, сервис, отели, центр города, трамвай, карточки, чаевые, политика, цены, лыжный тур, этнография, посольства.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Какие условия существуют в Чехии в отношении развития туризма?
2. Чем характеризуется национальная модель страны?
3. Что может предложить туристам Чехия?

4.8. ФИЕСТА, ПИРЕНЕИ, «ВКУСНЫЙ ПУТЬ», ИЛИ ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ ТУРИСТОВ В ИСПАНИИ?

Модель. Высокие экономические показатели сферы туризма Испании свидетельствуют о том, что модель этой отрасли имеет динамичное развитие и хорошо сбалансирована. Ее основными признаками являются:

- богатое историческое и культурное наследие;
- благоприятное географическое расположение страны и наличие отлаженных транспортных коммуникаций;
- значительные инвестиции в туристский сектор;
- налаженная и отрегулированная законодательная база, укрепляющая частный сектор в индустрии гостеприимства;
- позитивная ценовая политика, имеющая явное отличие от других туристских центров Европы;
- стремление правительства укрепить туризм как «приводной ремень» национальной экономики.

География страны. Испанию и Португалию разделяет Иберийский полуостров, имеющий форму неправильного квадрата и расположенный в дальней юго-западной части Европы. Испания занимает около 80% полуострова и имеет территорию площадью более 505 000 кв.км, являясь, таким образом, самой большой страной Западной Европы после Франции. Более половины территории состоит из обширных поднятых плоскогорий (mesetas). На территории страны возвышаются пять крупных горных массивов. Фактически Испания расположена выше других стран Европы после Швейцарии и имеет высоту 650 м над уровнем моря. Ее ландшафт разнообразен - от пустынь Андалусии до зеленых болотистых земель Галисии, от высушенных солнцем равнин Кастилии - Ла Манша до покрытых снегом Пиренеев и Пика Европы. Канарские острова, архипелаг в Атлантическом океане к западу от Марокко, является автономным округом, принадлежащим Испании.

Распространенность принципа "увидел - убей" уничтожило изобилие природы Испании. Среди обитающих животных - рыжая белка, серна, олень, альпийский козел, генетта и разнообразные рептилии. В Испании обитают около 25 видов хищных птиц, а благодаря своим обширным болотистым местностям она является просто раем для водоплавающих. На Гибралтаре встречается берберская макака - единственная дикая макака в Европе. Местная флора очень плодовита, особенно в альпийских регионах.

Большинство туристов приезжают на испанское побережье в июле и августе, когда особенно жарко. Мадрид просто невыносим в это время

года и практически пуст. На севере и на Балеарских островах стандартная летняя температура + 30 С. Зимой на севере страны дождь идет практически беспрерывно, за исключением Галисии и Пиренеев, где осадки выпадают в виде снега. В целом, север хорош для визита летом, Андалусию лучше всего посещать весной, центр - осенью, а юг - зимой.

История Испании. Находясь на пересечении Европы и Африки, Иберийский полуостров подвергался нашествию рас и цивилизаций. Римляне прибыли туда в III веке до н.э., но им понадобилось два столетия, чтобы покорить полуостров. Постепенно римские законы, язык и традиции были приняты. В 409 году нашей эры римская Испания была захвачена германскими племенами, и к 419 году было учреждено Вестготское королевство. Вестготы правили до 711 года, после чего мусульмане пересекли Гибралтарский пролив и победили Родерика, последнего готского короля.

К 714 году мусульманские армии захватили весь полуостров, за исключением горных районов северной Испании. Захват мусульманами южной Испании (которую испанцы называли Аль-Андалус) продолжался практически 800 лет. В течение этого периода процветали искусство и наука, в сельском хозяйстве были выведены новые культуры и внедрены новые технологии, а также были построены дворцы, мечети, школы, сады и общественные бани. В 722 году в Ковадонге на севере Испании небольшая армия под предводительством вестготского короля Пелайо нанесла первое поражение мусульманам. Этот бой ознаменовал начало Реконкисты - возвращения Испании христианами.

К концу XIII века появились Кастилия и Арагон как два основных центра власти христианской Испании, а в 1469 году они объединились благодаря браку Изабеллы, кастильской принцессы, и Фердинанда, наследника арагонского трона. Называемые католическими монархами, Изабелла и Фернандо объединили всю Испанию и дали начало золотому веку. В 1478 году они учредили известную своей безжалостностью испанскую инквизицию, во время которой были изгнаны и казнены тысячи евреев и других еретиков. В 1478 году они осадили Гранаду, а 10 годами позже им сдался последний мусульманский король, чем был отмечен долгожданный конец отвоевания страны.

Испания превратилась в огромную империю Нового мира после прибытия Колумба в Америку в 1492 году. Когда конкистадоры захватили землю от Кубы до Боливии, золото и серебро потоками потекли в испанскую казну из Мексики и Перу. Испания монополизировала торговлю в этих новых колониях и стала одной из самых могущественных стран на земле. Тем не менее, этот протекционизм препятствовал развитию колоний и привел к ряду дорогостоящих войн с Англией, Францией и Нидерландами.

Когда Людовик XVI был казнен на гильотине в 1793 году, Испания объявила войну новой французской республике, но потерпела поражение. В 1808 году войска Наполеона вступили в Испанию, и испанская корона стала терять свою власть над колониями. Зажженные восстанием в Мадриде, испанцы объединились против французов и сражались в пятилетней войне за независимость. В 1813 году французские силы все же были подавлены, и год спустя Фернандо VII вновь взошел на испанский трон. Последующее двадцатилетнее правление Фернандо было отрицательным образцом монархии. В течение периода его правления была восстановлена инквизиция, велось преследование либералов и конституционалистов, запрещалась свобода слова. В Испании начался серьезный экономический спад, и американские колонии отвоевали свою независимость.

Разрушительная Испано-Американская война 1898 года отметила конец Испанской империи. Испания была разгромлена США в ряде односторонних военно-морских сражений, в результате чего метрополия потеряла Кубу, Пуэрто-Рико, Гуаму и Филиппины - свои последние заморские владения. Проблемы Испании продолжались и в начале XX века. В 1923, когда страна была на гране гражданской войны, Мигель Примо де Ривера объявил себя военным диктатором и правил до 1930 года. В 1931 году Альфонсо XIII сбежал из страны, была провозглашена Вторая республика, но вскоре она пала жертвой внутреннего конфликта. Выборы 1936 года разделили страну на два лагеря: с республиканским правительством и его сторонниками с одной стороны (непростой союз коммунистов, социалистов и анархистов, борющихся за увеличение равноправия в обществе и уменьшение роли церкви), и оппозицией националистов (правосторонний союз армии, церкви, монархии и Фаланг - партии с фашистскими убеждениями) с другой.

Убийство лидера оппозиции Хосе Кальво Сотело республиканскими полицейскими в июле 1936 года послужило поводом для свержения армией правительства. В течение последующей гражданской войны (1936-39) националисты пользовались широкой военной и финансовой поддержкой нацистской Германии и фашистской Италии, тогда как их противники только от России и, в меньшей степени от интер-бригад, состоящих из иностранных идеалистов. Несмотря на угрозу фашизма, Англия и Франция отказались поддерживать республиканцев.

К 1939 году националисты во главе с Франко выиграли войну. Больше 350 000 испанцев погибли в борьбе, но на этом кровопролитие не закончилось. По приблизительным оценкам, 100 000 республиканцев были казнены или умерли в тюрьмах после войны. Во время 35-летнего диктаторства Франко Испания была истощена блокадами, исключена из НАТО и ООН, и страдала от экономического спада. И только в начале

1950 года страна начала восстанавливаться, когда подъем туризма и союз с США обеспечили ей столь нужную поддержку. К 1970 году в Испании наблюдался самый динамичный рост экономики в Европе.

Франко умер в 1975 году, предварительно назначив своим преемником Хуана Карлоса, внука Альфонсо XIII. С Хуаном Карлосом Испания перешла от диктаторства к демократии. Первые выборы были проведены в 1977 году, новая конституция написана в 1978 году, а неудавшийся военный переворот 1981 года оказался тщетной попыткой повернуть время вспять. В 1982 году Испания окончательно порвала с прошлым, выбрав большинством голосов социалистическое правительство. Единственным серьезным недостатком на внутреннем фронте в то время была террористическая кампания, проводимая сепаратистской военной группой ЕТА, направленной на предоставление независимости родине басков. В течение тридцатилетней террористической деятельности группой ЕТА было убито свыше 800 человек.

В 1986 году Испания вошла в состав ЕС, а в 1992 году обозначила свое возвращение на мировую арену: в Барселоне прошли Олимпийские игры, в Севилье - "Экспо-92", а Мадрид был провозглашен европейской культурной столицей. В 1996 году испанцы проголосовали за консервативную партию под руководством Хосе Мария Азнара, фаната Элтона Джона и бывшего налогового инспектора. В марте 2000 года он был снова избран абсолютным большинством голосов; его успех приписали устойчивому состоянию испанской экономики, уровень которой возрастал на 45% в год во времена правления Азнара.

Экономика туризма Испании. Согласно данным статистических органов, расходы иностранных туристов в Испании с января по ноябрь 2005 составили в общей сумме 43,394 млрд. евро, что превышает показатель за аналогичный период 2004 года на 4,6%. Такой рост обусловлен, прежде всего, увеличением туристического потока, потому как средний расход каждого туриста снизился на 1,8%, составив 855 евро на человека. Зато средний ежедневный расход туриста увеличился на 4,9%, достигнув 86 евро в день. Однако средняя продолжительность пребывания уменьшилась на 6,4% (среднее пребывание – 10 дней). Из этого можно сделать вывод, что турпоток и ежедневный расход туристов – увеличились, но пребывание их на территории Испании сократилось. Что касается показателей ноября 2005 года, то всего туристами было потрачено 2,779 млрд. евро, на 7,5% больше, чем в прошлом году.

Посетило же страну на 8,1% туристов больше, чем за ноябрь 2004 года, при этом средний ежедневный расход не изменился (918 евро) Средняя длительность пребывания уменьшилась на 11,5% по сравнению с ноябрем 2004 года, составив 9 дней, а средний расход вырос на 12,3%,

достигнув 99 евро в день. Общий расход туристов в период с января по ноябрь вырос на самых популярных направлениях внутри Испании (в основном, благодаря увеличению численности туристов). Особенно стоит выделить Валенсийское Сообщество и Каталонию (рост на 8% и 7,6% соответственно). Если анализировать только показатели ноября, здесь наблюдается рост расходов во всех регионах Испании.

Стоит отметить, что, по данным Национального института статистики Испании заполняемость испанских отелей выросла на 4,5 % за год и составила 45,4% в ноябре. В ноябре в отелях останавливалось в общей сложности 4,5 млн путешественников, в среднем люди останавливались на 2,02 ночей. Причем 2,8 млн туристов оказались резидентами Испании, а 1,6 млн туристов - иностранцами. Годовой рост цен на услуги отелей в Испании составил 0,7% в ноябре.

Недавно в Лондоне туристический сектор Испании был награжден премией World Travel Awards (WTA), а Барселона названа "Лучшим европейским направлением". Остальные премии распределились таким образом: "Лучшим европейским казино" назван комплекс Hotel&Casino Torrequebrada (Бенальмадена); Hyatt Regency de La Manga (Мурсия) получил премию в номинации "Лучшее гольф-направление Европы". "Лучшим европейским отелем" назван Hotel Arts de Barcelona; а Hotel Ritz de Madrid - "Лучшим испанским отелем MICE". Hotel Omm de Barcelona стал "Лучшим отелем-бутиком", Las Dunas Beach Hotel&Spa de Marbella назван "Лучшим испанским гостиничным комплексом". The Almenara Golf-Hotel&Spa de Sotogrande (Кадис) получил премию "Лучший испанский гольф-комплекс", а Mare Nostrum Spa de Tenerife - "Лучший бальнеологический комплекс".

Между тем, 107 млн. евро намерено выделить правительство Испании на привлечение в страну туристов. Эти средства пойдут на создание более современной инфраструктуры, усиление мер безопасности и развитие "альтернативных" форм туризма. Особое внимание предполагается уделить улучшению визового обслуживания туристов из стран СНГ.

Туристское зонирование. Правительство Испании будет скупать участки земли на побережье, чтобы воспрепятствовать их "дикой" застройке, ведущей к разрушению приморской курортной зоны. Государство вынуждено пойти на это, так как местные власти не принимают должных мер на побережье, поскольку сами, причем часто лично, любой ценой заинтересованы в распродаже земельных участков под строительство. В итоге за последние 10 лет в приморской зоне в непосредственной близости от воды построены 26% всех зданий, возведенных за всю историю страны. В среднем 34% прибрежной полосы глубиной в один километр плотно застроено, а в некоторых

районах Андалусии застроено до 59% такой зоны. Некоторые местные власти при этом требуют от центра разрешить им строить на территориях, занятых национальными заповедными парками.

Никогда строительство на курортах не достигало столь больших масштабов. В данный момент полным ходом идет строительство 768 тыс. домов, 58 полей для гольфа и 77 яхт-клубов с портами. При этом 45 тыс. новых домов на побережье построены вопреки запрету властей. Но новое строительство не всегда обеспечивается созданием соответствующих инфраструктур. Более 200 расположенных на побережье муниципальных округов Испании с населением более 20 тыс. человек каждый не имеют очистных сооружений, из-за чего сточные воды поступают прямо в море.

Превращение испанского побережья в сплошное "царство цемента и бетона", разрушение природы, перебои с подачей электричества, загрязнение моря сточными водами и другие проблемы привели к тому, что впервые в истории Испании доходы от туризма уменьшаются. За последние пять лет они сократились на 5% и стали на четыре раза меньше, чем расходы на развитие туристических объектов.

Виды активного отдыха в Испании. Туристский сектор страны способен предоставить путешественникам различные формы отдыха и развлечений (см. таблицу № 4.22). Занятия лыжным спортом стоят совсем недорого, а снаряжение и условия для этого здесь просто превосходны. Сезон длится с декабря по май, а наилучшие курорты находятся в Сьерра-Неваде, Пиренеях и горных массивах к северу от Мадрида. Испания является раем для пеших туристов. Особенно хороши для походов Пиренеи и Пик Европы. Можно также совершить поход в Камино де Сантьяго, по знаменитому маршруту паломников, шедших из Наварры в Сантьяго-де-Компостелу.

Таблица № 4.22. Виды активного отдыха в Испании

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плаванис с маской	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	N	N
Горные лыжи	S	S	S	S	S	N	N	N	N	N	S	S
Пешие походы	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Парапют	N	N	S	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Рафтинг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Серфинг	N	N	N	N	S	S	S	S	S	N	N	N
Купание в море/океане	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	N	N
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Велоспорт также популярен, но осложнен гористой местностью, переполненными дорогами и летней жарой. Здесь широк выбор пляжей, предлагающих отличные условия для плавания, но будьте готовы к тому, что летом вам придется просто протискиваться между другими туристами. На побережье Паис Васко - (Страна Басков) отличный прибой.

За последние пять лет в **секторе зимнего туризма** в Испании наблюдается значительный рост. И причина этому не только увеличение потока туристов, но так же и существенные перемены в этом важном туристическом секторе. Основное преимущество Испании в горнолыжном туризме состоит не только в большом количестве лыжных станций и горнолыжных курортов, но также и в высоком качестве сервиса и широком спектре предлагаемых услуг. Современное оборудование, прекрасная инфраструктура, а также благодатный климат создают все условия для проведения незабываемого отдыха. Всего в Испании насчитывается около 35 горнолыжных станций, которые посетили за сезон 2004-2005 более шести миллионов туристов. Эта цифра растет, несмотря на то, что на горнолыжных курортах других стран наблюдается снижение количества посетителей. Что касается лыжных трасс, станции Испании (по данным прошлой зимы) предлагают 852 трассы: это 887,46 километров лыжни. Также здесь создана система создания искусственного снега: в общей сложности более 3600 пушек искусственного снега создают 274 километра заснеженных трасс. Также стоит отметить техническую оснащенность станций: к услугам посетителей 6 телекабин, 144 кресельных подъемника, 172 бугельных, позволяющих принимать до 385 тысяч лыжников в час. И, наконец, комфортабельные гостиницы всех категорий, расположенные как на территории станций, так и в окрестностях, всегда готовы принять гостей.

В начале 2006 года Фонд Наследия Андалусии представит туристам новый **культурный маршрут** - Путь Альморавидов, который охватывает провинцию Кадис. Уже разработана схема движения, подготовлен путеводитель. Маршрут, состоящий как из пеших экскурсий, так и экскурсий на поезде, пролегает через город Ронда, природный парк Грязалема, по Бенаокас и Вильялуэнга дель Росарио. Также туристы смогут побывать в природном парке Эстречо, Тарифа, увидят древние развалины Болонии. Название этого маршрута относит путешественников к древнему историческому периоду, когда западноафриканские племена распространяли свое владычество на севере Африки и юге Испании в XI веке. Следует подчеркнуть, что Альморавиды - название династии и государства в Сев. Африке, существовавшего в 1050-1146 годах. К 1090 году в его состав входили Марокко, Западный Алжир, Западная Сахара, мусульманская Испания, Балеарские острова. Государство Альморавиды уничтожено Альмохадами.

Культурные туры расширяются, так, к примеру, Кантабрия, Астурия, Кастилья-и-Леон, Кастилья-Ла Манча, Арагон, Валенсия, Андалусия и французский район Ariege подписали протокол об открытии Европейского Культурного Маршрута, посвященного первобытной истории и наскальной живописи. Цель нового маршрута – познакомить туристов с объектами **доисторической культуры**, которые сохранились до наших дней на территории восьми сообществ - участников проекта. Чтобы представить публике новый культурно-исторический маршрут в музее Альтамиры была организована выставка под названием «Первые поселения и наскальная живопись Юго-Западной Европы». В дальнейшем экспозиция посетит музеи всех сообществ, входящих в рамки проекта. Маршрут, посвященный первобытному искусству, включает более 50 доисторических памятников, где посетители смогут увидеть древнейшие изображения. Это наибольшее в мире скопление археологических объектов, открытых для посещения.

Маршрут «Вкусный путь» призван познакомить туристов с продуктами питания, традиционно производимыми на Балеарских островах. Гастрономический набор региона весьма разнообразен: это различные сорта местных сыров и колбас, оливковое масло, вина... В маршрут входят экскурсии на заводы-изготовители Майорки, где сами производители рассказывают об основных характеристиках продуктов, о способах их обработки и приготовления. По желанию каждый может попробовать продукты, приняв участие в дегустации. Подобные экскурсии не только знакомят с богатыми гастрономическими традициями региона, но и позволяют проследить весь процесс приготовления продуктов.

По данным исследования ТУРЭСПАНИИ, на европейском туристическом рынке **гольфа** Испания занимает прочную позицию лидера при рыночной квоте около 35 % и обороте почти в 1000 миллионов евро. Испания намного опережает Португалию, стоящую на втором месте. Прогнозы, сделанные в исследовании, говорят о том, что «к 2015 году доля гольф-туризма в Испании будет составлять 4 % от всего туристического сектора и принесет 10 % прибыли при предполагаемом ежегодном росте в 14 %».

Испания является лидером в области гольф-туризма благодаря своим туристическим возможностям, климату, предложению в области занятий гольфом, и особенно, благодаря намерению и далее инвестировать в гольф, как со стороны государства, так и со стороны частных инициатив.

Пик гольф-сезона приходится на март, апрель и октябрь. Большинство гольф-туристов останавливаются в отелях (45 %), менее - в апартаментах (17 %) и 12 % - в своих домах, приобретенных в собственность в Испании.

Стоит отметить, что помимо занятий спортом, гольф-туристы посвящают часть времени другой деятельности: экскурсиям, походам по магазинам и дегустации местной кухни. Исходя из этого, в исследовании Испанского Института туризма подчеркивается важность развития и расширения комбинированного предложения «гольф + ...»

-гольф + здоровье

-гольф + бизнес

-гольф + гастрономия

В Европе 3% населения увлекается гольфом. И можно смело предположить, что количество увлекающихся гольфом европейцев будет неуклонно расти. Исследование ТУРЭСПАНИИ показывает, что за последние 15 лет число полей для гольфа увеличилось на 300 %. По прогнозам исследователей, в ближайшие 10 лет в Испании появятся 120 новых полей. Если говорить о распределении полей по Автономным Сообществам, то лидирующее место занимает Андалусия (81 поле или 27 % от общего числа в стране). Далее следует с большим отрывом Каталония (42 поля). Мадрид, Валенсия, Балеарские острова и Кастилья-и-Леон имеют примерно одинаковое число полей.

В США насчитывается 26 млн. игроков в гольф и 17 тыс. полей для гольфа, в Европе – соответственно, 7 млн. и 6 тыс. Что касается Испании, то здесь:

- 264,5 тыс. игроков гольфа (входящих в Испанскую Федерацию гольфа, по данным Федерации на февраль 2005) и 294 полей для гольфа;
- среди туристов, посетивших Испанию, 2,6 миллиона играли в гольф;
- число туристов, основная цель поездки которых – гольф, колеблется от 482,7 тыс. до 522,7 тыс. человек;
- гольф-туристы стремятся поиграть как минимум на трех полях за время своего пребывания в стране;
- средняя цена «грин фи» – 42 евро;
- среднее пребывание в стране гольф-туриста 9 дней;
- в среднем турист тратит ежедневно 261,40 евро, включая расходы на поездку;
- большинство туристов связывается напрямую с Гольф-клубом.

Для немцев, англичан и шведов Испания является приоритетным направлением в гольф-туризме. У туристов из Франции Испания стоит на втором месте, после Марокко.

Туристическая администрация Кордобы разрабатывает **игру под названием «Секреты Кордобы»**, которая призвана привлечь к городу внимание туристов. Суть игры заключается в том, что туристы должны разгадать загадки, связанные с историей города. Таким образом,

путешествие по городу превращается в увлекательную игру. Любой желающий может получить в пунктах информации города специальные карточки участника.

С момента их приобретения начинается отсчет времени (один-два дня), за которое надо успеть решить задания. По истечении времени те, кто справился с заданием, вновь подходят к тому же пункту информации и получают приз. Планируется выпуск 600 игровых карточек, каждая из которых будет содержать 6 или 7 вопросов. Цель туриста – обойти эту часть города за отведенное время и разгадать загадки. Вопросы будут связаны с историей города, его улицами, памятниками, а также с жизнью выдающихся жителей Кордобы. Создатели игры надеются, что это разнообразит досуг гостей города и вызовет желание провести здесь как можно больше времени.

Ценовая политика в туризме. Испания является одной из наиболее доступных стран Европы (таблица № 4.23). Если бюджет у туриста ограничен, можно прожить примерно на $20 в день. Сюда входит размещение в самом дешевом отеле - без ресторанной еды, без посещения музеев и баров. Возможность путешествовать при этом достаточно ограниченная. Оптимальным бюджетом будет $40, которых будет достаточно для проживания в обычном отеле с питанием, пользования общественным транспортом и посещения музеев. На $100 в сутки можно проживать в отличном отеле, арендовать машину и есть лучшую пищу, которую только можно найти в Испании. Дорожные чеки обналичивают в банках и обменных пунктах, но при обмене с них взимается больше процентов, нежели с наличных. Кредитные и дебитные карты широко используются в отелях и ресторанах, особенно в тех, уровень которых выше среднего. Так же ими можно расплатиться за билеты на дальние расстояния. В настоящее время даже в мелких городах есть банкоматы (cajero automatico), где можно с кредитных и дебитных счетов снять песеты. Однако эксперты рекомендуют быть осторожны с деньгами, независимо от того, купюры это или пластиковые карты, так как туристы являются основным объектом для воров - сотни тысяч кредитных карт пропадают в Испании ежегодно.

Таблица № 4.23. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	5-10	15-40
Средний	10-20	40-80
Высокий	Более, чем 20	Более, чем 80

В ресторанах, по закону, в цены меню уже включена стоимость обслуживания, поэтому чаевые - это дело личное: большинство людей оставляют мелочь, если им нравится обслуживание; 5% обычно достаточно. Обычно чаевые оставляют в барах и на столиках кафе. Рынки и дешевые отели - единственные места в Испании, где можно торговаться.

Культурное пространство. Культурные мероприятия в настоящем испанском стиле отмечены шумными и неистовыми празднествами. Стоит побывать на январском фестивале в Сан Себастьяне, когда весь город наряжается и идет веселиться. В конце февраля по всей стране проходят карнавалы, самый великолепный из которых - карнавал в Ситгесе. В марте в Валенсии можно попасть на недельное празднование Лас Фалияс, которое отмечается танцами на протяжении всей ночи, выпивкой, первоклассными фейерверками и яркими процессиями. Семана Санта (Страстная неделя) - неделя перед Пасхальным воскресением, сопровождается уличными шествиями с изображениями святых; стоит побывать на карнавале в Севилье, если вы сможете найти квартиру. В конце апреля Ферия де Абриль в Севилье - праздник, который длится неделю, гася религиозный пыл Семана Санты.

В последнюю среду августа в валенсийском городе Буньель проходит сумасшедший праздник Ла Томатина, во время которого люди бросают друг в друга помидоры. Бег быков (Санфермино) в Памплоне в июле - самый знаменитый фестиваль. На северном побережье в первой половине августа проходит праздник Самана Гранде - еще одна неделя пьянства и похмелья.

Испания владеет удивительным художественным наследием. Столпами золотого века были художники-последователи Толедо: Эль Греко и Диего Веласкес. Франсиско Гойя был самым плодовитым художником Испании 18 века и создал удивительно правдивые портреты королевской семьи. В начале 20 столетия на мир искусства повлияли одиозные испанские художники - Пабло Пикассо, Хуан Грис, Хоан Миро и Сальвадор Дали. Архитектура Испании очень разнообразна: древние памятники на Менорке на Балеарских островах, римские руины в Мериде и Таррагоне, декоративная исламская Альхамбра в Гранаде, постройки мудехар, готические соборы, дворцы и замки, удивительные модернистские монументы и причудливые скульптуры Гауди.

Одним из величайших в мире образцов художественной литературы является роман 17 века "Дон Кихот Ламанчский", написанный испанцем Мигелем Сервантесом. Выдающимися испанскими писателями 20 века являются Мигель де Унамуно, Федерико Гарсиа Лорка и Камило Хосе Села, лауреат Нобелевской премии 1989 года в области литературы. Среди знаменитых писательниц - Аделаида Гарсия Моралес, Ана Мария Матуте и Монтсеррат Роиг. Испанские фильмы когда-то ассоциировались

с работами гения сюрреалиста Луи Бунюэля, прожившего большую часть жизни за границей. В настоящее время они представлены сумасбродными фарсами добившегося огромного успеха на международном уровне Педро Альмодовара.

В 1790 годах в Андалусии была изобретена гитара путем добавления шестой струны к арабской лютне. Гитара обрела свою современную форму в 1870 годах. Испанские музыканты подняли искусство игры на гитаре до вершин виртуозности: Андрес Сеговиа (1893-1997) сделал классическую гитару отдельным жанром. Фламенко - музыка, тесно связанная с канто ондо (cante hondo - глубокая песня) цыган Андалусии, в настоящее время возрождается. Пако де Лусия - признанный в мире гитарист, исполняющий фламенко. Его друг Эль Камарон де ла Исла был до своей смерти в 1992 году ведущим музыкантом современного канто ондо. В 1980 году благодаря Пата Негра и Кетама появилось соединение фламенко и рока (иначе называемое цыганским роком), а в 1990 году появилось радио "Тарифа", по которому транслировалось очаровательное сочетание фламенко североафриканских и средневековых мелодий. Компания "Бакалао" - испанский вклад в мир техники, ее главный офис расположен в Валенсии.

Испанцы обожают спорт, особенно футбол; стоит посетить футбольный матч и ощутить напряженность атмосферы. Бои быков также популярны, несмотря на непрерывное давление со стороны международных активистов, борющихся за права животных.

Хотя католицизм пустил глубокие корни во все сферы жизни испанского общества, только около 40% испанцев регулярно посещают церковь. Многие испанцы очень скептически относятся к церкви; в течение гражданской войны церкви были сожжены, а духовные лица расстреляны из-за того, что они были сторонниками репрессий, коррупции и старого порядка.

Испанская еда имеет заслуженно хорошую репутацию, а острые закуски являются истинной отрадой (после холодного пива, конечно). Паэлья, гаспачо и чоризо - известные блюда на большинстве западных обедов, но в испанской кухне и помимо них всего хватает, стол ломится от разновидностей супов, блюд из бобов и морепродуктов, а также мясных блюд, оказавших влияние на гастрономию Латинской Америки. Стоит перестроить свой график приема пищи при поездке в Испанию, так как обед, который подается между 13:30 и 16 часами, обычно является основным дневным приемом пищи. Вечерний прием пищи обычно легче, и еда подается между 22 и 23 часами.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Пиренеи, курорты, гольф, культурные туры, география, модель, экономика, визиты, туристы, гастрономия, история, коррида, фламенко, католицизм, фиеста.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характеризуется туристическая модель Испании?
2. Какие условия создал благоприятный климат в привлечении туристов в Испанию?
3. Какие турпродукты предлагаются туристскими предприятиями для иностранцев?

4.9. КАМБОДЖА: ТУРИЗМ, ВОЗРОЖДАЮЩИЙСЯ ИЗ РУИН

Условия для туризма. Древние храмы, пустынные пляжи, величественные реки, густые леса…и (не считая Ангкор) только горстка туристов. Но начало положено - Камбоджа вышла из десятилетий войны и изоляции, которые сделали её синонимом зверств и ужасов, не говоря о беженцах, нищете и политической нестабильности. Магические храмы Ангкора снова привлекают к себе толпы туристов, выпрыгивающих из автобусов. Камбоджа снова нашла своё место на туристической карте Юго-Восточной Азии.

Государство, возникшее на месте могущественной Кхмерской империи, которая управляла значительной частью современного Вьетнама, Лаоса и Таиланда, Камбоджа может похвастаться богатой культурой, столицей во французском стиле (хотя и немного разрушенной временем), и потрясающими природными ландшафтами. Период мирного развития еще сравнительно короткий, но уже достаточно стабильный, и страна постепенно начинает привлекать туристов, так полюбивших соседний Вьетнам. Хотя встречающиеся изредка противопехотные мины и бандитизм в отдаленных районах говорят о том, что картина далеко не безоблачная, и до настоящего времени самое разумное - путешествовать по известным традиционным маршрутам.

Туристская модель Камбоджа характеризуется:

- богатым культурным и историческим наследием, наличием значительных объектов старины, культа;
- развитием ремесел, народных промыслов, поддержанием традиций, культуры и обычаев;
- слабой базой туристской инфраструктуры и кадрового потенциала;
- невысоким уровнем доходов людей в туристской сфере;
- наличием политических и социально-экономических сложностей в переходный период, что сказывается и на туризме;
- существование некоторых трудностей в доступе иностранных туристов в страну (воздушные пути сообщения, визы, посольства).

История страны. Очень немного известно о доисторической Камбодже, хотя имеются археологические свидетельства, что до 1000

года до н. э. камбоджийцы питались в основном рыбой и рисом и жили в домах на сваях, так же, как и теперь. С I по VI века, большая часть Камбоджи принадлежала королевству Фунан в Юго-Восточной Азии, сыгравшему огромную роль в развитии политических институтов, культуры и искусства последующих кхмерских государств. Хотя, именно период Ангкор, начавшийся в VIII веке, действительно преобразовал королевство в сильную в культурном и религиозном отношении державу.

Войска тайского королевства Айудхуа напали на Ангкор в 1431 году, после чего страна на полтора столетия погрузилась в пучину династических войн и междоусобиц. Испанцы и португальцы, которые активизировались в этом районе в это же время, также сыграли большую роль в этих войнах, пока недовольство их властью не привело к разгрому испанского гарнизона под Пномпенем в 1599 году. Несколько слабых королей сменяли друг друга, начиная с 1600 года , пока в 1863 году не появились французы.

После подписания договора о протекторате в 1863 году, французы вынудили короля Нородома подписать в 1884 году еще один договор, на этот раз превращавший страну в настоящую колонию. Затем последовал относительно мирный период (даже крестьянское восстание 1916 года считается относительно мирным). В 1941 году французы возвели на камбоджийский трон 19-летнего принца Сианука, полагая, что им можно будет с лёгкостью управлять. Расчёт оказался неверным, и период, последовавший за 1945 годом, оказался периодом кровавых разногласий с французским колониальным режимом, осложняемый проходящей в это же время во Вьетнаме и Лаосе Франко-вьетнамской войной. Наконец в 1953 году была объявлена независимость Камбоджи, Король Нородом Сианук ещё в течение последующих пятнадцати лет правил страной, пока не был свергнут военным режимом.

В 1969 году Соединенные Штаты совершили массированную бомбардировку предполагаемых баз коммунистов в Камбодже, что привело к гибели тысяч мирных жителей и втянуло страну в американо-вьетнамский конфликт. Войска США и Южного Вьетнама оккупировали страну в 1970 году с целью уничтожения вьетнамских коммунистических отрядов, но их усилия не увенчались успехом. Единственное, что им удалось - это отбросить партизанские силы левых (Красных Кхмеров) вглубь страны. Яростная борьба вскоре охватила всю страну и привела в 1975 году к захвату Пномпеня силами Красных Кхмеров.

В течение последующих четырех лет Красные Кхмеры под предводительством Пол Пота истребили, как было подсчитано, два миллиона камбоджийцев (преимущественно образованных людей), чтобы насильственно превратить Камбоджу в маоистское, аграрное государство с преобладающим крестьянским населением. Были

отменены деньги, закрыта почта, население превратилось в армию рабов, а страна оказалась отрезанной от внешнего мира. В ответ на многочисленные вооруженные столкновения в приграничных районах Вьетнам вступил в 1978 году на территорию Камбоджи, заставив Красных Кхмеров отступить в относительно безопасные тропические районы вдоль границы с Таиландом. Отсюда они вели партизанскую войну против поддерживаемого Вьетнамом правительства в течение десяти лет с 1970 по 1980 годы.

В середине 1993 года прошедшие в стране, поддерживаемые американцами, выборы привели к принятию новой конституции и восстановлению Нородома Сианука на троне. Красные Кхмеры бойкотировали выборы, отвергали попытки мирных переговоров и продолжали покупать огромные партии оружия у военного руководства Камбоджи. В первые месяцы после выборов объявленная правительством амнистия привела к первым потерям в рядах Красных Кхмеров, их силы еще более ослабли после того, как в 1994 году правительство наконец-то объявило формирования Красных Кхмеров незаконными.

Непрочная коалиция между Объединённым Национальным Фронтом Принца Ранаридх и Камбоджийской Народной Партией под руководством Хун Сена с треском распалась в 1997 году, и когда развеялась пыль, Хун Сен установил единоличное управление Камбоджей. Перевыборы в 1998 году сохранили Хун Сену его пост, несмотря на протест оппозиционных сил по поводу нечестных выборов. Несмотря на то, что его демократические устремления оставляют желать лучшего, этот мужественный одноглазый человек доказал, что он является стабилизирующей силой в Камбодже.

Смерть Пол Пота в апреле 1998 года от предполагаемого инфаркта отмечена волнами народного гнева (так как он не предстал перед судом) и скептицизма (о его смерти объявляли несколько раз раньше). Ожидалось, что оставшееся в живых "высшее руководство" Красных Кхмеров предстанет к конце концов перед судом в 2001 году, это будет международный трибунал под эгидой ООН и наблюдением со стороны камбоджийских и иностранных прокуроров. Надежды на то, что справедливость восторжествует, остаются призрачными, так как в Камбодже все ещё пользуются поддержкой силы, проявляющей лояльность к Красным Кхмерам, и только их небольшая горстка находится в настоящее время в заключении. Маловероятно, что бывший министр иностранных дел (и деверь Пол Пота) Иенг Сари будет привлечен к ответственности, так как это может, по мнению некоторых, привести к нарушению недавно установившейся стабильности в стране. Тем не менее, такой судебный процесс будет значительно способствовать

восстановлению доверия со стороны Запада, привлечению западного капитала в экономику страны и укреплению позиций страны в ASEAN. Будущая стабильность также зависит от оздоровления экономики страны (пострадавшей к тому же после наводнения 2000 года), истребления укоренившейся коррупции и ответа на волнующий всех вопрос, кто займет место Короля Сианука, последнего в династии божественных королей Ангкор.

Культурное пространство и события. К счастью, большинство из культурного наследия Камбоджи сохранилось во время проводимой Красными Кхмерами политики "чистого государства". Хотя по подсчетам около двух миллионов камбоджийцев погибло, миллионы произведений искусства, статуй и книг были испорчены, но знаменитые образцы архитектуры периода Ангкор, например Вэт Ангкор и Тхом Ангкор, сохранились почти без изменений. Национальный Музей в Пномпене - прекрасное место, где можно увидеть образцы кхмерской скульптуры, особенно прекрасны изображённые индуистские божества. Наиболее наглядным примером связей между славным прошлым страны и настоящим является ярко стилизованный королевский балет, построенный на основе традиционных танцев Таиланда, Явы и Индии. Во времена правления Пол Пота искусство танца тоже находилось под угрозой, и выжила только одна белошвейка, которая смогла передать древнее мастерство создания национального костюма.

Буддизм Тхеравада - господствующая религия Камбоджи. Кхмерский - официальный язык страны, учить его достаточно сложно, но. Английский всё больше приобретает значение второго языка в стране, обгоняя французский, на котором все ещё говорят многие люди, выросшие до 1977 года.

В целом кхмерская кухня имеет сходство с тайской, хотя и не такая острая. В Камбодже почти всегда едят сначала суп, а главным блюдом на столе является рыба - пресноводная, жареная на гриле, завернутая в салат или шпинат и политая ореховым рыбным соусом, - особое фирменное блюдо. Салаты ароматизированы кориандром, мятой и стеблями лимона, эти три аромата встречаются во многих камбоджийских блюдах. Французское влияние особенно чувствуется в выпекаемом ежедневно хлебе. Сладкие блюда - это рисовые пирожные и фруктовый пудинг. Лучше не пить воду из-под крана, запаситесь минеральной водой, натуральными соками и обычными газированными напитками. Избегайте употребления местных вин.

Новый Год по лунному календарю отмечается этническими китайцами и вьетнамцами в конце января - начале февраля. Во время празднования Кхмерского Нового Года жизнь в стране замирает на три

дня в середине апреля - по городу в это время рассыпается изрядное количество воды и талька, поэтому это весёлое, но беспокойное время для приезда в страну. Чэт Преах Ненгкэл, Фестиваль Королевской Пашни проходит возле Королевского Дворца в Пномпене в начале мая. Самый важный фестиваль по кхмерскому календарю - это Бом Ом Тук, отмечающий окончание влажного сезона в начале ноября, - это лучшее время для посещения Пномпеня и Сиемреапа. Банки, министерства и посольства закрыты во время всех общественных праздников и фестивалей.

Общественные праздники:

1 января - Новый Год
8 марта - Женский день
13 апреля - Кхмерский Новый год
1 мая - День Труда
1 июня - Международный день защиты детей
24 сентября - День Конституции
23 октября - День Парижских Мирных Соглашений
30 октября - День рождения Короля
9 ноября - День Независимости
10 ноября - День Декларации ООН по правам человека

География страны и климат. Камбоджа граничит на западе с Таиландом, на севере с Лаосом, на востоке с Вьетнамом, а на юге омывается водами Сиамского залива. По размеру она в два раза меньше Вьетнама или Италии. Топографически страна находится под влиянием реки Меконг, которая делит её почти пополам с севера на юг, а также следует назвать озеро Сап (Великое озеро), Слоновые и Кардамоновые горы на юго-востоке, горы Дангкрек вдоль тайской границы, и Восточную возвышенность на северо-востоке. Большинство камбоджийцев живет на плодородных центральных равнинах в бассейне реки Меконг.

Величайшей угрозой для природной среды Камбоджи является экспорт леса, который уменьшил лесные запасы страны с 75 % в середине 60-х до 49 % в середине 1993 года, и поскольку правительство страны постоянно испытывает нехватку наличных денежных ресурсов, маловероятно, что уничтожению лесов скоро придет конец. Постепенно увеличивается количество национальных парков, но в ситуации, когда нелегальные вырубки также стремительны, как и официальные, ни одно дерево не может быть в полной безопасности. Из парков можно упомянуть Бокор, на южном побережье, Реам, около Сиханоуквилль, Кириром, неподалёку от Пномпеня и Вирачей на границе Лаоса и Вьетнама. Некоторые виды животных, находящиеся под угрозой и являющиеся вымирающими в других местах, могут укрыться в

удалённых районах Камбоджи. Это слоны, тигры, леопарды, носороги, гиббоны, летучие мыши и крокодилы. Также широко распространены бабочки, змеи и такие птицы, как большой баклан, журавль и утка.

Климат Камбоджи находится под влиянием двух муссонов: прохладного сухого муссона с ноября по февраль, и влажного юго-западного муссона с мая по октябрь. Муссонные дожди выпадают в основном после полудня, на них приходится от 70 до 80 % годового количества осадков. Среднегодовые температуры колеблются от 21 до 35 градусов Цельсия и часто достигают 40 градусов Цельсия в апреле, самом жарком месяце.

Таблица № 4.24. Туристские сезоны Камбоджи

Регион	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Южные районы	S	S	T	N	T	S	S	S	S	S	S	S
Северные районы	S	S	T	N	N	N	N	N	N	N	S	S

Примечание: S - хорошее время для путешествий; T - не самое лучшее время для путешествий; N - не сезон.

Таблица № 4.24 предоставляет информацию о туристских сезонах страны. Идеальное время для поездки в Камбоджу - это декабрь и январь, когда влажность ещё можно переносить, температуры более низкие, и вероятность дождей небольшая. С февраля становится очень жарко, а апрель - просто невыносим. Влажный сезон (с мая по октябрь), несмотря на дожди, может быть хорошим временем для посещения Ангкора, так как рвы будут заполнены водой, а растительность будет выглядеть роскошно - но старайтесь держаться подальше от северных районов во время этих месяцев, потому что передвижение значительно затруднено из-за размытых дорог. Самый большой в стране фестиваль, Бон Ом Тук проходит в начале ноября, и стоит приехать в страну, чтобы его посетить.

Активный отдых. В Камбоджи практически туризм всесезонный (см. таблицу № 4.25) Лишь существует определенный риск для здоровья, это - холера, гепатит, малярия, тиф, бешенство, японский энцефалит В, противопехотные мины, которыми нашпигована страна после гражданских войн.

Пока туризм в Камбодже ещё только начинает развиваться, единственное развлечение - экскурсии и осмотр достопримечательностей. В Пномпене можно также заниматься такими видами спорта, как картинг, лыжный спорт, мини-гольф и боулинг. Постепенно начинает развиваться сеть национальных парков, оснащённых всем необходимым для полноценного отдыха; наиболее

интересными в этом смысле являются города на южном побережье Реам и Бокор. В городах Ратанакири и Мондулкири можно также совершить пешеходные экскурсии и походы на слонах, но вам потребуется проводник. Если вас привлекает подводное плавание, вам лучше всего поехать в Сиханоуквилль (известный также как Кампонгсаом), где находятся лучшие в Камбодже пляжи.

Таблица № 4.25. Виды активного отдыха в Камбоджи

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дайвинг и плавание с маской	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Пешие походы	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Серфинг	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в море/океане	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Купание в озерах	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Экотуризм	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Ценообразование. В большинстве районов Камбоджи путешествие достаточно дешево (таблица № 4.26). Если турист твердо решил проживать и питаться только в государственных гостиницах и ресторанах, то он легко может уложиться в сумму $10 в сутки, проживание в отеле может стоить $2-3 в столице, хотя во всех других местах придётся платить $5, питаться можно за $2-3. Что касается путешествия по окрестностям, то следует помнить: расходы будут больше - транспорт стоит дорого. Входные билеты (особенно в Вэт Ангкор - около $20) также могут привести к дополнительным расходам. Разумно останавливаться в частных отелях среднего уровня, за $15-25, а хорошая еда будет стоить около $5.

Специалисты рекомендуют не менять американские доллары, так как затраты туриста будут такими же, как если бы он расплачивался риелями. Также повсеместно принимается бат. Эти денежные единицы легко обменять, как и многие другие. Иногда возникают трудности с обменом дорожных чеков за пределами Пномпеня, Сиемреапа, Сиханоуквилля, Баттамбанга и Кампонгтяма. Можно получить наличные по кредитным карточкам в Пномпене, Сиемреапе, Сиханоуквилле и Баттамбанге, но комиссионные очень высокие. Кроме того, в стране нет банкоматов, и кредитные карточки почти не принимаются к оплате. В Камбодже не принято давать чаевые, но зарплаты очень низкие, поэтому любое вознаграждение за хорошее обслуживание будет принято с благодарностью. Как правило, можно торговаться на рынках, при аренде

транспортных средств, и даже при съёме комнаты, но не стоит быть такими настойчивыми, как в Таиланде или Вьетнаме.

Таблица № 4.26. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	2-8	2-8
Средний	5-10	10-45
Высокий	Более чем 10	Более чем 50

Район Центрального Рынка в столице страны, включающий Бульвар Монигонг, - центр проживания туристов со скромным бюджетом. Здесь можно найти дешёвое жильё и множество продуктовых палаток. Если турист хочет поискать и выторговать подешевле ювелирные изделия, антиквариат и крамас (клетчатые хлопчатобумажные платки), то следует посетить полдюжины городских рынков. На набережной продают дешевое пиво и хорошую еду.

Транспортные коммуникации. Самолет - самый быстрый (и самый дорогой) способ добраться до таких городов, как Ангкор, Батамбанг, Ратанакири, Кохконг, Стынгтраенг и Мондулкири. Наземное путешествие стало уже более безопасным, чем оно было в течение многих лет, но автобусное путешествие вас утомит, так как горные дороги страны находятся в плачевном состоянии. Туристы снова имеют возможность путешествовать на поезде, и такое путешествие достаточно дешевое, но оно займет у вас много времени. Грузовики и джипы маневрируют по плохим дорогам в Сиенреап, Баттамбанг и Кратьэх, а такси курсируют по южному побережью. Имея почти 1900 км (1180 миль) навигационных водных путей, Камбоджа дает возможность путешествовать по воде. Наиболее популярные маршруты соединяют столицу с Сиемреапом, куда экспресс доставит вас за четыре часа. Скоростные катера ходят также по реке Меконг в Кампонгтхом, Кратьэх и Стынгтраенг. Использовать развернутую сеть местных автобусов, совершая экскурсии по интересным местам вокруг Пномпеня, удобнее, чем нанимать машину, тем более, что нанять машину можно только с водителем, хотя это, может быть и к лучшему, если учесть состояние горных дорог. В больших городах сейчас много такси, а рикши на велосипедах и маленькие мотоциклы могут подвезти вас на короткое расстояние.

Бангкок - самое удобное место для начала путешествия в Пномпень или Сиемреап. В столицу также есть рейсы из Сингапура, Куала Лумпур, Гонконга, Хошимина, Виентиана и Гуанчжоу. Главный аэропорт - Почентонг, в 7 км к западу от Пномпеня. Такси до центра стоит около 8

долларов, а на мотоцикле можно доехать за 1 доллар. Налог на вылет из страны составляет 20 долларов. Сухопутное сообщение будет значительно улучшено после завершения строительства дороги, соединяющей Пномпень с тайской границей у Пойпет, но, к сожалению, нет никаких определенных планов улучшения дороги на Сиемреап. Пересаживаясь с лодки на автобус, вы постепенно сможете добраться из тайской провинции Трэт до городка Кронг Кох Конг. Автобус или такси довезет вас до вьетнамского пограничного пункта в Мок Бай. Сухопутная граница с Лаосом должна уже быть открыта после окончания переговоров между Лаосом и Камбоджей.

Из Ташкента в Камбоджу можно добраться через Хошимин, благо во Вьетнам летают самолеты национального перевозчика «Узбекистон хаво йуллари».

В скором времени до знаменитого камбоджийского комплекса храмов Ангкор можно будет добраться по скоростной трассе, соединяющей столицу Камбоджи Пномпень и город Сием–Риап, которая будет проходить по более короткому маршруту. Протяженность новой трассы составит 147 км, путешествие займет около 3 часов. Для сравнения - сейчас туристы тратят на дорогу 7 часов. Проект стоимостью $42 млн финансируется Азиатским Банком Развития. Строительство предполагается завершить через 3 года. По мнению министра транспорта Камбоджи, когда новая дорога будет построена, число туристов, прибывающих в Ангкор Ват, увеличится. На сегодняшний момент этот всемирно известный буддийский храм посещают ежедневно 1000 человек. Также министр выразил надежду, что новый проект позволит создать много рабочих мест и улучшить качество жизни местного населения.

В настоящее время в Камбодже для путешествий по храмовому комплексу Ангкор туристам предлагают специальные аккумуляторные велосипеды. Такой способ был избран, чтобы не загрязнять атмосферу бензиновыми выхлопами. Кроме того, мотоциклы и такси, которые раньше возили туристов по территории храмового комплекса, создавали слишком много шума, нарушая спокойствие живущих неподалеку людей. На территории комплекса с начала ноября используются 300 таких велосипедов. Стоимость проката велосипеда составляет $1 в сутки.

Достопримечательности. Столица страны – **Пномпень** - всё ещё сохранила своё неизменное очарование, несмотря на бурное, и даже кровавое прошлое. Полуразрушенная колониальная архитектура создает привлекательный фон для шумных уличных кафе и вновь отстроенных набережных - особенно оживлённой части города в субботние вечера.

В окрестностях Пномпеня есть несколько интересных ватов, храмов и ступ. На юге города находится Тонле Баги, храм XII века, построенный

Джайаварманом VII. Еще дальше находится Пхном Чисор, построенный на холме Сурьяварманом I. В центральном святилище можно увидеть Неаг Кхмао или Черную Женщину, Будду, которому поклонялись здесь на протяжении трехсот лет. К Северу от Пномпеня расположена первая столица Камбоджи – Оудонг. К сожалению, когда появились слухи о том, что под одной из ступ здесь в XVI веке было спрятано сокровище, Красные Кхмеры разбили и разрушили множество скульптур и памятников. Хотя здесь мало что сохранилось, все же стоит приехать сюда и совершить прогулку по здешним местам. В любой из храмов Камбоджи вход бесплатный, хотя вас могут попросить снять туфли. Наблюдайте за местными жителями и делайте так, как делают они. В некоторых храмах запрещено фотографировать, особенно во время религиозных церемоний. Практически рядом с каждым храмом и достопримечательностью можно найти гида. Они сами подойдут к вам. Многие хорошо говорят по-английски и очень хорошо знают тему, но будьте готовы к тому, что вас попросят оплатить услуги авансом.

И в самом Пномпене есть несколько замечательных вэт, например, Вэт Оуналом (резиденция Буддийского патриархата Камбоджи), Вэт Пном (пагода на вершине горы, благодаря которой возникло название города), и заново покрашенный Вэт Ланг Ка.

Ват Пном, построен на холме в 1434 году. Он был создан как святилище для четырех статуй Будды, обнаруженных, по легенде, в стволе дерева после разлива реки Меконг. Ват Пном считается самым высоким искусственным холмом в Пномпене. На холме можно также полюбоваться окрестностями и послушать пение птиц.

Гордостью этого места является потрясающая Серебряная Пагода, одно из немногих мест в Камбодже, где высокохудожественное убранство, символизирующее блеск и богатство кхмерской культуры, не было разрушено Красными Кхмерами (хотя сохранилось только 40% прежней роскоши). Другой важнейшей достопримечательностью является Национальный Музей, в котором представлены изделия кхмерских народных промыслов.

Само здание музея является величайшим шедевром среди архитектуры Пномпеня, а его коллекция включает в себя более 5000 предметов искусства периода с VI по XIII вв. Центральный двор музея представляет собой прекрасное место для отдыха, поскольку там есть пруды, заросшие лотосами и тенистые аллеи пальмовых деревьев.

Поля смерти в Чоеунг Ек - страшное свидетельство зверств, учинённых Красными Кхмерами. Здесь, всего в 15 км от центра столицы, было убито около 17,0 тыс. человек. В стеклянных витринах Мемориальной Ступы, возведённой в 1988 году, можно увидеть более 8,0 тыс. черепов, разложенных по возрасту и полу. Перед смертью

жертвы содержались в тюрьме, размещённой в школе Туол Свэй Прей. Тюрьма Туол Слен была превращена в музей, коллекция которого повествует о черных днях камбоджийского народа. Большая часть тюрьмы сохранена в том виде, в котором она была покинута, включая следы крови на полу; это место не для брезгливых и чувствительных людей. В музее можно также осмотреть карту Камбоджи, сделанную из человеческих черепов, тюремные камеры, орудия пыток, досье, документы, робы и несколько залов с фотографиями жертв.

Знаменитые храмы Ангкора всегда особенно привлекали туристов, приезжающих в Камбоджу. Около 100 храмов - священные остатки того, что когда-то было крупным административным и религиозным центром, построенным между IX и XIII веками для прославления кхмерских правителей. Большая часть Ангкора была покинута в XV веке, и храмы постепенно заросли лесом. Это место стало привлекать учёных в конце 19 века после публикации французского натуралиста Генри Моуота "Voyage a Siam et dans le Cambodge". Были предприняты меры по расчистке тропической растительности, угрожающей храмам, и реставрация продолжается по сей день.

Храмовый комплекс **Ангкор Ват** состоит из впечатляющих зданий, внешние стены которых составляют 4 км в диаметре. Храмовый комплекс был создан в соответствии с индуистской концепцией космоса. Здесь есть пять башен, символизирующих пять пиков мифической горы Меру, окруженных внешними стенами, символизирующих семь горных цепей, и все это великолепие окружено огромным рвом, шириной 100 метров, символизирующим море. На зданиях нижнего уровня есть барельефы, на которых изображены сцены из Рамаяны, Махабхараты и военные сцены периода царства Ангкор.

Ангкор Том, чей ров растянулся на 12 км, и который занимает большую площадь, чем любой обнесенный стенами средневековый европейский город, хранит в себе сюрреалистический и поражающий воображение храмовый комплекс Байон. Его башня высотой 52 метра возвышается над окружающими джунглями и трехметровые лица спокойно улыбающегося Бодисатвы смотрят во всех четырех направлениях. Эта башня окружена еще 54 башнями, расположенными на разных уровнях, и на каждой из них есть четыре гигантских улыбающихся лица Бодисатвы Авалокитесваары смотрящие в разных направлениях, которые являются символом его вездесущности.

Пляжи **Сиханоуквилля** не слишком хороши, интересные места немногочислены и разбросаны, но так как это единственный морской порт Камбоджи, интересно начать отсюда изучение южного побережья страны и находящегося неподалёку Национального парка Реам. Четыре пляжа расположены полукругом - Очхеутил, Сокха, пляж Независимости

и пляж Победы - а в рыбном порту можно сделать потрясающие снимки, особенно во время восхода и заката. В городе есть несколько мест для купания, плюс водопад в часе езды, в котором тоже можно купаться. Неподалёку находится сонный колониальный речной курорт Кампот, со странными скелетообразными останками Кер. Сиханоуквилль находится в 232 км от столицы, автобусное сообщение регулярное.

В самом сердце гор Донгрек находится **храм Преах Вихиар**, построенный в шестом веке и неоднократно перестраиваемый и достраиваемый в течение следующих 300 лет. Он расположен на гребне скалы, высотой 625 метров над уровнем моря, откуда открываются великолепные виды на горы и равнину, лежащую внизу. К сожалению, до храма Преах Вихиар можно добраться только из Таиланда, перейдя тайско-камбоджийскую границу в провинции Убон Ратчантани. Вероятно, в будущем сюда можно будет добраться и из Пномпеня, когда ситуация в Камбодже стабилизируется.

Провинция **Ратанакири** одна из немногих областей в Камбодже, где вы сможете гулять, поскольку она уже очищена от противопехотных мин. В этом горном регионе до сих пор обитают изолированные горные племена. Сюда приезжать безопасно, но лучше путешествовать с проводником, поскольку этот регион с недавнего времени стал местом нелегальной вырубки леса, и поэтому к незнакомцам с камерами и фотоаппаратами здесь относятся очень настороженно. Туристам рекомендуется воздержаться от путешествия сюда в сезон дождей, когда размывает дороги и бывают вспышки лихорадки денге. Основной достопримечательностью является красивое вулканическое озеро Йак Лом, которое имеет форму практически правильного круга и окружено густым лесом.

Примерно в 30 км от основных городов находится **Бэнтей Сераи**, также известный как крепость женщин, сказочный замок в миниатюре. Здесь можно увидеть великолепно сохранившиеся образцы оконной и арочной резьбы. Путешествие сюда займет у вас полдня. Дороги здесь часто перекрываются из-за бандитских нападений, поэтому соберите информацию об обстановке в этом районе заранее.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туризм, культура, провинция, храм, столица, граница, природа, география, история, лихорадка, мины, доходы, племена, сезон, дожди, велосипед, автобус, экскурсии.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. В чем специфика туризма в Камбодже?
2. Что может предложить туристская сфера иностранным посетителям?
3. Какова роль истории в развитии туризма Камбоджи?

4.10. ТУРИСТСКАЯ КАРТА ГЕРМАНИИ: КУРС НА МАССОВОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ

Модель туризма. Немцы любят отмечать все - от языческих праздников урожая до строгих оперных праздников. Зимний карнавал охватывает всю Германию с ее крупными городами, такими как Кельн, Мюнхен и Майнц, извергая массу волнения перед Пепельной средой. С богатым музыкальным наследием можно познакомиться во время многочисленных фестивалей. Некоторые города устраивают празднования в честь определенных композиторов, как, например, Тюрингский Фестиваль Баха в марте или Фестиваль Рихарда Вагнера в Байрейте в июле, в то время как другие делают акцент на определенный стиль. Фестивали джаза в Штутгарте (в апреле) и Берлине (в ноябре) очень интересны и популярны у местных жителей и приезжих. Осень - отличнейшее время для праздника в честь урожая, особенно в Рейнской области, где на веселье "Рейн в огне" можно наблюдать баржи с фейерверками. Стоит упомянуть "Октоберфест", ежегодный крупный мюнхенский праздник, который больше напоминает тусовку толпы футбольных болельщиков - это скорее образец туризма в его наихудшем проявлении, чем демонстрация немецкой культуры. Большинство городов в Баварии имеют праздники, так или иначе связанные с пивом, они намного приятнее для посещения, чем "Октоберфест". Рождественские ярмарки, проходящие в Мюнхене, Нюрнберге, Любеке, Берлине, Мюнстере и Гейдельберге славятся своим немецким благодушием и семейным радушием.

Таким образом, **туристская модель** Германии характеризуется:

- высоким уровнем экономического развития и возрастающей ролью в создании ВНП, рабочих мест и обеспечения дохода для местных жителей;
- наличием сети комфортабельных средств размещения, транспортных коммуникаций, сервисом как результата продуманной политики инвестиции и поддержки правительства;
- дороговизной в получении туристских услуг, в связи с чем превышением выезда немцев из Германии над местным туризмом;
- хорошо продуманной маркетинговой стратегии и организационной системы управления отраслью.

География. Низменности на севере Германии тянутся от Нидерландов до Польши, они также простираются до южной части Дании, которая лежит между Северным и Балтийским морями. Центральный промышленный пояс проходит от Бельгии и Люксембурга до западного мыса Чешской республики. Рейн и Майн, с давних времен

являются важными судоходными реками, а в районе Центральных возвышенностей на этих реках построены гидроэлектростанции. На юге река Дунай течет через Баварские возвышенности от Шварцвальда, вдоль французской и шведской границ, до Мюнхена. Южные просторы Баварских Альп тянутся до Австрии.

В Германии мягкий климат, без резких колебаний, хотя здесь и присутствуют региональные климатические различия. Самая хорошая погода царит с мая по октябрь; в разгар лета можно носить шорты и футболки даже на севере страны. Осень - отличное время для путешествия в Германию. Когда туристическая толпа рассеется, а леса оденутся в золото, у вас будут неограниченные возможности для активного отдыха, так что к концу дня обязательно проснется жажда выпить несколько заслуженных вами кружек пива. Зимой климат влажный, особенно на юге; снежный покров здесь непродолжителен, за исключением горных районов.

Таблица № 4.27. Сезоны для туристских прибытий, по месяцам

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
T	T	S	S	S	S	S	S	S	S	T	T

Примечание: S - хорошее время для путешествий; T - не самое лучшее время для путешествий; N - не сезон.

Климат в Германии переменчивый, поэтому туристу лучше быть готовым к всевозможным колебаниям погоды в течение года. Говорят, что самая надежная погода с мая по октябрь. Естественно, это совпадает с туристическим сезоном (за исключением лыжного сезона). В межсезонье туристов значительно меньше, а погода удивительно хорошая. В стране нет сезонов дождей.

Культура. Такая плотно населенная и промышленная страна, как Германия не может быть раем для натуралиста. Более одной трети земли возделано; очень сложно совершить продолжительное путешествие и не выйти к какому-нибудь городу. Дикая природа не очень богата (не говорите об этом любителям понаблюдать за птицами) и большинство лесов, как и все остальное в Германии, слишком ухожены. Считается, что Баварский лес на юго-востоке страны является самым крупным горным лесом в Европе, а Шварцвальд – достаточно крупный и даже несколько дикий лес. Тем не менее, во многих районах была приложена масса усилий для воссоздания оригинальных лесных угодий. Лесная фауна представлена кабанами, лисами и оленями, но вряд ли вы с ними встретитесь.

Неудивительно, что настроения и занятия жителей страны, которая так часто участвовала в крупных исторических событиях, отражены в богатом культурном наследии, представленном величественными соборами, киноклассикой эпохи немого кино, великими философами (Кант, Гегель, Ницше и Маркс), величайшими в мире физиками (Эйнштейн и Планк), композиторами (Бах, Бетховен, Брамс, Гендель и Вагнер), современной музыкой в стиле грандж и краутрок, гением Гете и революционным театром Брехта Это истинное богатство Германии. Художественное искусство Германии необычайно ярко и богато, что можно посвятить свой визит только ознакомлению с ним.

Несомненно, величайшей фигурой немецкой культуры является Йохан Вольфганг фон Гете (1749-1832) – поэт, драматург, художник, ученый и философ. Его величайшая работа представлена драмой "Фауст" - глубокое произведение о поиске смысла жизни человеком. Дух Гете сродни духу Германии. Германия знаменита своими исключительными художниками. Готическая скульптура Питера Вишера и его сыновей, портреты в стиле ренессанс Альбрехта Дюрера и архитектурные шедевры в стиле барокко Бальтазара Нойманна являются удивительными образцами искусства. В искусстве тенденция постоянного совершенствования выражается в более современных формах - Германия известна продюсерами отличного и перспективного кино, среди которых можно выделить Райнера Вернера Фассбиндера и Вернера Херцога.

Традиционно Германия считается страной, где любят мясо и картошку. Несмотря на то, что вегетарианских ресторанов и ресторанов здоровой пищи становится все больше, находясь в этой стране лучше всего прекратить думать о калориях и уровне холестерина. Все начинается с хорошего немецкого завтрака, состоящего из булочек, варенья, сыра, холодного мяса, яиц, сваренных вкрутую, и кофе или чая. Честно говоря, многие немцы перешли на более легкие завтраки, состоящие из кукурузных хлопьев или мюслей, но посетителям все же могут подать традиционную мясную нарезку и варенье. Обед является основным дневным приемом пищи, но завтрак обычно такой плотный, что ничего страшного, если Вы в полдень просто перекусите сарделькой, купленной в одном из широко распространенных уличных кафе. Ужин в целом достаточно легок, но это может означать, что Вам подадут целую тарелку сосисок и клецок. (Те, кто не любит есть так сытно, могут выбрать для себя блюда международной кухни, которые были введены здесь иммигрантами). Пиво является национальным напитком, а также культурным феноменом, с которым необходимо тщательнейшим образом ознакомиться. Пиво здесь превосходное и достаточно дешевое. На пивоваренном заводе каждого региона

производится пиво с отличительным вкусом и консистенцией. Посещения экспромтом мелких пивоваренных заводов проходят интереснее, чем участие в крупномасштабных праздниках, таких как мюнхенский Октоберфест. Зимой можно испытать на себе удивительный дурман "Глюхвайна", горячего пряного вина, которое согревает не только тело, но и душу.

Несмотря на склонность немцев к постоянному улучшению и модернизации, старые культурные традиции очень им дороги. Многие охотники до сих пор носят зеленую одежду, трубочисты ходят в черных, как смоль, костюмах и цилиндрах, некоторые баварские женщины облачаются в дирндл (платье с четырехугольным вырезом, с облегающим лифом на пуговицах с короткими рукавами и широкой сборчатой юбкой), в то время как их мужья часто одевают традиционные баварские ледерхосен (кожаные шорты), лоден (короткие жакеты) и фетровые шапки. В повседневной жизни немцы в целом обычны, хотя на севере страны, где преимущественно исповедуется протестантизм, соблюдается меньше национальных традиций, чем на славящемся своим пивным культом юге.

В восточной Германии многие пожилые люди так и не привыкли к туристам, поэтому следует уважать разницу в культуре. За исключением очень близких друзей немцы до сих пор при обращении используют слова Herr и Frau. Переход от формального обращения Sie (Вы) к неформальному du (ты) обычно происходит по взаимному соглашению и закрепляется поднятием тоста или рукопожатием. Не следует слишком напрягаться из-за этого с людьми, моложе 40 лет; фактически, можно стать посмешищем из-за чрезмерной вежливости, обычной проблемы всех начинающих изучать немецкий язык.

Экономический обзор туризма. Туризм в Германии считается одним из ведущих секторов экономики, и как утверждают эксперты, ни одна другая отрасль не имеет такого потенциала по созданию новых источников труда и дохода. Кстати, уже сегодня туризм предлагает порядка 2,8 млн. вакантных рабочих мест, включая сезонные и по совместительству, при этом его ежегодный оборот достигает 140 млрд. евро, то есть более 8% валового национального продукта. Приоритетными областями для развития внутреннего туризма Германии являются Бавария, Баден-Вюртенберг (южная часть страны), Шлезвиг Холштайн, Мекленбург Форпоммерн (северная).

В течение многих лет в Германии наблюдается увеличение потока туристов, например, лица старше 14 лет путешествуют на срок свыше 5 дней. Более того, все чаще предпочтение отдается путешествиям за рубеж. Интенсивность туризма достигла 77,3%, то есть из ста жителей 77 человек осуществляли путешествие.

По данным статистики, в 2001 году немецкие граждане предприняли 63,4 млн. путешествий продолжительностью от 5 дней, из них 18,5 млн. (29,2%) – внутри страны и 44,9 млн. (70,8%) – за пределы. При этом следует учесть, что в среднем на одного жителя приходится 30 дней оплачиваемого отпуска. Десять лет назад больше половины немцев проводили отпуска в Германии, в то время как сюда приезжало 11 млн. иностранцев, оставив для индустрии гостеприимства 25 млрд. марок. Число ночевок тогда составило почти 300 млн. Нужно заметить, что еще в 1996 году туризм имел обороты в 200 млрд. марок, здесь трудилось 2 млн. человек, а по своему экономическому значению этот сектор опережал химическую промышленность и тягался на равных с машиностроением и автомобилестроением.

Кстати, в 2005 году в Германии был установлен рекорд по числу ночевок в гостиничном секторе, здесь побывало 48,2 млн. иностранных постояльцев. На первом месте среди них - соседи из Голландии, за ними - гости из США, Великобритании, Швейцарии, Италии и Бельгии, число ночевок российских туристов также выросло - на 4,8%. Федеральное статистическое ведомство подчеркивает, что этот показатель является самым высоким за историю отрасли. 2006 год может побить и этот рекорд, так как в Германии пройдет Чемпионат мира по футболу, и количество болельщиков может составить до 3,5 млн. человек.

По данным лидера европейских туристических концернов, немецкого TUI, в 2005 году самым популярным среди немцев местом отдыха вновь стал испанский остров Майорка. Судя по тому, как идет продажа путевок на лето 2006 года, он останется фаворитом. На втором месте - Турция, на третьем - Марокко. Представители концерна TUI отметили на немецком рынке значительный рост количества проданных путевок в те европейские города, в которые можно долететь низкотарифными авиалиниями. Однако, похоже, дешевые авиакомпании в 2006 году могут вполне замахнуться и на более отдаленные маршруты. По словам директора аэропорта "Кёльн-Бонн" Михаэля Гарвенса, авиаперевозчики готовы к дальнемагистральным дешевым рейсам и весьма вероятно, что уже в 2006 году так называемые low cost компании начнут полеты из Кёльна в Гонконг. Речь идет о недавно созданной гонконгской авиакомпании Airlines Oasi! s.

Организационная составляющая туризма. Безусловно, туризм в Германии не мог бы иметь больших результатов, если бы не была продумана его организационная структура. Учитывая, что страна является федеральной, то этот сектор экономики развивается исходя из консолидированных целей и задач, и региональных/локальных. Если говорить о федеральном уровне (Бундестаг, федеральное правительство, министерство экономики и технологии), то стратегия определена как

обеспечение непрерывного потока туристов, определение целей, задач, приоритетов. Здесь ярко представалены следующие задачи:

- мониторинг развития мирового туризма;
- координация деятельности на областном и региональном уровнях;
- продвижение интересов Германии на международной арене;
- организация системы туризма в новых регионах.

Региональный уровень (собрание глав администрации регионов, туристские сроюзы) предусматривает такую деятельность, как:

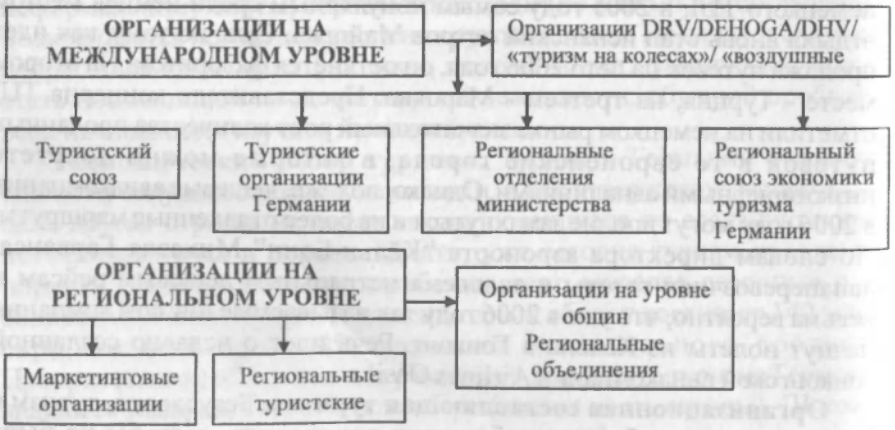
- оценка работы региональных туристских союзов, организаций;
- выполнение заданий парламента;
- мониторинг и сотрудничество с другими областями;
- попечительство общин и локальных объединений.

Туризм на уровне общин предполагает:

- развитие СВТ (Community Based Tourism) в поселках и малых городах;
- улучшение качества услуг их провайдерами;
- содействие развитию туристских фирм и предприятий, частного бизнеса;
- обучение и повышение квалификации.

На схеме № 9 приведена организационная структура туризма страны.

Схема № 9. Организационная структура туризма Германии



Говоря об организационной структуре туризма, в Германии существует четыре органа, играющих лидирующую роль, в частности, это:

Федеральное министерство экономики и технологии, которое ставит задачи:

- определение целей сферы туризма;
- реализация мероприятий, направленных на содействие туристскому процессу;
- сотрудничество с регионами.

Немецкая ассоциация туризма своей задачей видит:
- продвижение интересов членов Ассоциации;
- обеспечение экономического развития туризма в стране.

Главный отдел по туризму задачами считает:
- маркетинговую стратегию по продаже туристских услуг как внутри страны, так и за ее пределами,
- изучение динамики и тенденции туристского рынка, выработка соответствующей стратегии для всех участников туристского процесса.

Ассоциация экономики туризма в Германии, в задачи которой входит представлять интересы в соответствии с государственным курсом и интересами общества.

Мотивация туристов. Веками немецкоязычная территория представляла собой свободный союз отдельных суверенных государств с бесчисленными мелкими и крупными резиденциями и столицами. Почти во всех из них пышно расцветала общественная и культурная жизнь. Об этом по сей день свидетельствуют многочисленные архитектурные памятники и здания, музеи и библиотеки, галереи с произведениями искусства, парки и театры.

После объединения страны в 1990 году палитра интересных туристических маршрутов стала более многообразной благодаря очагам классической немецкой культуры (Веймар, Айзенах, Дрезден) и новым прекрасным ландшафтам. Безусловно, в Германии немало привлекательных мест. На Северном и Балтийском морях с их побережьем и островами ценится умеренный морской климат. Популярны озерные края в Гольдштейне и Мекленбурге. Пеших туристов манят Среднегорье и Альпы. Боденское озеро и баварские озера так и приглашают заняться водным спортом. Романтические пейзажи можно встретить в долинах Рейна, Майна, Мозеля, Неккара, Дуная и Эльбы. Почти 100 туристских маршрутов, находящихся в стороне от крупных автомагистралей, например, «Дорогами немецких сказок» или «Германский винный путь», представляют туристам возможность ознакомиться с древними культурными ландшафтами и прикоснуться к природным достопримечательностям, увидеть старинные идиллические города и селения. Они проложены в особенно красивых уголках страны и приглашают к созерцанию, любованию, размышлению. Наиболее известным маршрутом является «Романтическая дорога», которая мысленно уводит человека в средневековье, особенно в Ротенбурге-на-Таубере, Динкельсбюле и Нердлингене.

Даже в местах, не указанных в путеводителях, туристы встречаются со следами давней истории. В Баварии их пленяет причудливый стиль барокко, на севере – строгость кирпичной готики. В некоторых местах время как бы остановилось. Туристов ждет радушие и прославленный немецкий уют. Это нечто большее, чем просто тепло и хорошее самочувствие. У визитеров есть возможность пообщаться с людьми на многочисленных **региональных и национальных праздниках, например, местного костюма, неделях вина и т.д.**

Городской туризм. Отметим, что большое многообразие характерно не только для ландшафтов, - Альп, Средневысотных гор, Северо-Германской низменности, побережья Северного и Балтийского морей, - но и для городов. Наряду со старой и одновременно новой столицей Берлином, - который после воссоединения быстро превращается в европейский город мирового значения, в Германии множество «региональных столиц», ставших неотъемлемой частью своих территорий и отражающих характерные особенности. На заре истории германские города возводились преимущественно на берегах рек, которые в то время были важнейшими транспортными магистралями. Сегодня эти «артерии жизни» уже утратили прежнее экономическое значение, однако по-прежнему помогают ощутить радости жизни и вдохновенья. Часто замечательные места, где можно насладиться природой, отдохнуть или заняться спортом, находятся прямо у подножья гор.

Гастрономия и «подвальчик». Немецкая кухня и гостиницы за последние годы достигли высокого уровня. Ассортимент предлагаемого жилья простирается от недорогих крестьянских дворов и частных квартир, пансионатов с домашней кухней вплоть до дорогих туристских комплексов и отелей международного класса. Вопреки бытующему мнению немецкая кухня состоит не только из свиной ножки и квашеной капусты. Все больше появляется ресторанов, ценимых гурманами и ничем не уступающих лучшим мировым образцам. Наряду с этим представлена региональная немецкая кухня с большим разнообразием типичных блюд и напитков. Отметим тот факт, что во всем мире высоко ценятся немецкие вина, а то, что немцы по сей день продолжают традиции пивоварения, не нуждается в особом подчеркивании. Ценится не только своя кулинария: даже в маленьких городах можно найти итальянские, китайские, испанские, турецкие или греческие рестораны.

Активный отдых. Каждый третий немец является членом спортивного клуба, поэтому неудивительно, что у путешественников здесь множество возможностей заняться спортом. Велоспорт является очень популярным видом отдыха; во многих немецких городах и пригороде имеются отличные велосипедные дорожки. Второстепенные

дороги Восточной Германии также отлично подходят для велоспорта; они более интересны и менее наполнены туристами, чем основные дороги; и здесь можно потратить недели, путешествуя из города в город. Для пеших туристов имеются отличные пешеходные маршруты в Шварцвальде, горах Гарц, Баварских Альпах и других местах. Альпы являются самым популярным районом, но здесь очень много туристов, особенно в период отпусков. Зимой лыжные виды спорта популярны по всей стране. Хоть в Шварцвальде и проблема со склонами, он является достаточно популярным местом для катания на лыжах, также как и горы Гарц. Реки и озера Германии предоставляют отличные возможности для лодочного спорта; можно также совершить круиз из Берлина или Потсдама по крупным озерам южной Германии и по Балтийскому морю. Парусный спорт и виндсерфинг широко распространены, но лучшим местом для занятия этими видами спорта является озеро Констанс на юге. В таблице № 4.28 показан туристский сезон на различные виды продуктов.

Таблица № 4.28. Виды активного отдыха в Германии

Виды отдыха	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Горные лыжи	S	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Пешие походы	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Парашют	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Рафтинг	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N
Купание в озерах	N	N	N	N	S	S	S	S	N	N	N	N
Купание в источниках	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Примечание: N - не сезон; S - сезон

Ценовая политика. Исходя из реально действующих цен на услуги и продукты, товары, в Германии очень легко потратить значительный объем денежных средств. Если пользоваться проездным на поезд и ограничиваться питанием в дешевых закусочных или готовить еду самим, можно прожить меньше, чем на $50 в сутки. Посетители с менее ограниченным бюджетом, желающие питаться по большей части в ресторанах среднего класса, без ограничения пользоваться общественным транспортом и проживать в отелях среднего уровня с пуховыми одеялами должны рассчитывать как минимум на $100. Все ведущие международные марки кредитных карт, такие как MasterCard, Visa и American Express, принимаются, в частности в крупных отелях, на заправочных станциях и в магазинах. Нельзя быть уверенными в том, что турист сможет заплатить по кредитной карте за питание, поэтому вначале необходимо это уточнить. Банкоматы очень распространены в

Германии и не бывает проблем со снятием денег со счета, находящегося в стране проживания туриста. Иностранная валюта, включая дорожные чеки, может быть обменена в банках и специальных обменных пунктах в крупных городах. В ресторанах стоимость обслуживания всегда включена в счет и чаевые не обязательны, хотя это оценят. Немцы обычно округляют цены в счет чаевых, но округление в евро может оказаться слишком щедрым. Водители такси будут рассчитывать на чаевые в размере приблизительно 10% (см. таблицу № 4.29).

Таблица № 4.29. Уровень расходов для иностранных туристов в день, $

Уровень	Затраты на питание	Затраты на жилье
Низкий	5-19	20-50
Средний	10-20	50-100
Высокий	Более чем 25	Более чем 100

Транспортные коммуникации. Основными пунктами посадки и вылета самолетов в Германии являются Франкфурт-на-Майне, Мюнхен и Дюссельдорф. После аэропорта в Хитроу Франкфурт является самым важным аэропортом в Европе: если в 1996 году здесь было зарегистрировано 385 тыс. взлетов и посадок, 38,8 млн. пассажиров, то ныне эти показатели составляют 400 тыс. и 41 млн. Налог на вылет из аэропорта составляет $5, но он уже включен в стоимость билета.

Если турист уже находится в Европе, будет дешевле путешествие в Германию и из нее на поезде или автобусе. Хотя путешествие на поезде зачастую стоит дороже, чем на автобусе, железнодорожное сообщение является более быстрым, комфортным (особенно для ночного путешествия) и эффективным. В Германии есть отличная система автомагистралей, по которой осуществляется сообщение с другой частью Западной Европы. Дороги из Восточной Европы в настоящее время обновляются, но движение на дорогах через границу достаточно медленное, особенно в Польше. Чтобы въехать в Германию на машине или мотоцикле необходимо иметь дополнительную страховку. Паромное сообщение осуществляется между северным побережьем Германии, Скандинавией и Соединенным Королевством.

Перемещение по Германии не представляет особой сложности. Здесь осуществляется множество внутренних перелетов, но если турист не торопится, то можно поберечь деньги - сеть железнодорожного сообщения превосходна. Железнодорожная сеть имеет протяженность 42 тыс. км, ежедневно по ней курсируют 40 тыс. поездов, перевозящих около 5 млн. человек. Восточные и западные железные дороги были

объединены, хотя стоимость услуг на востоке ниже. Здесь существует множество тарифов и проездных. Взимается также дополнительный налог на использование поездов Inter City Express (ICE), но это стоит того, чтобы проехаться со скоростью в 280 км/ч по сельской местности. Следует забыть об автобусах пока турист находится в районах, обслуживаемых железнодорожным сообщением.

Дороги Германии превосходны, и путешествие на легковом транспорте может стать отличным способом для ознакомления со страной, хотя в большинстве городов существует проблема парковки. Знаменитая национальная автострада, известная под названием "автобанен", может быть прекрасной и ужасной одновременно: одно дело, когда в зеркало заднего вида можно увидить несущиеся с чудовищной скоростью «Порши» и BMW, и совершенно другие эмоции вызывают душераздирающие пробки. Фактически, на автострадах нет общего ограничения скорости, но с целью увеличить безопасность и сократить шумовое загрязнение, на многих участках дороги есть ограничения от 100 км/ч до 130 км/ч. На остальных участках автострады высокоскоростные спортивные автомобили могут промчаться мимо со скоростью выше 250 км/ч.

Велоспорт очень популярен в Германии. В городах и пригородах зачастую имеются специальные велосипедные дорожки, но движение на велосипеде по автостраде строго запрещено.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: автобан, туризм, коммуникации, мотивация, Inter City Express, аэропорт, Берлин, Немецкая ассоциация туризма, отпуск, климат, Бавария, Рейн, подвальчик, пиво, Альпы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Чем характеризуется туристский потенциал Германии?
2. Какими организационными факторами располагает туристская сфера?
3. Какие формы туризма получают наибольшее развитие в стране?

4.11. ДРУГИЕ МИРОВЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ

ИЗРАИЛЬ. Израильский турпродукт не имеет ярко выраженных сезонных приоритетов. Эта страна готова принимать туристов в любое время года и в любом количестве, причем оказывая сервис на уровне мировых стандартов. Поэтому национальная модель туризма Израиля представляет определенный интерес для Узбекистана в плане использования богатого опыта. Причем, в израильской модели развитие получили многие формы и виды международного и внутреннего туризма.

Многие эксперты признают, что Израиль является перспективным регионом в плане развития туристских проектов, как в пределах самой

страны, так и на Ближнем Востоке. Так, Израиль, Иордания и Палестинская автономия совместно занимаются маркетингом и развитием регионального туризма. Кроме того, израильские специалисты формируют общие проекты с Египтом и Турцией. Например, среди планируемых совместных проектов – окружная дорога, соединяющая Акабу в Иордании, Эйлат в Израиле и Табу в Египте, создание Ривьеры Красного моря на основе этих трех городов и коралловых подводных заповедников, израильско-иорданский тематический парк, туризм по пути пряностей от Петры в Иордании через находящийся в Израиле Авдат, Шивта и Мамшит.

Инфраструктура. Естественно, бурный рост туризма в Израиле связан с ускорением темпа международных капиталовложений в туристскую инфраструктуру и сервис страны, развитием новых воздушных, морских и сухопутных путей. Здесь открывают свои отделения широко известные международные гостиничные сети "Шератон", "Хилтон", "Холидей Инн", "Рамада", "Хайатт" и другие. Развиваются и местные гостиничные сети – "Дан", "Мория", "Исротель". При этом, как отмечают эксперты, инвестиции в гостиничное строительство постоянно растут. В настоящее время национальный гостиничный комплекс располагает порядка 27,5 тыс. гостиничных номеров, из которых на Иерусалим приходится 7,0 тыс., Тель-Авив – 5,0 тыс., Хайфу – 0,9 тыс., район Мертвого моря – 1,5 тыс., Тиверию – 3,6 тыс., Наганию – 1,9 тыс., Эйлат – 7,5 тыс. номеров.

Наряду с развитием туристской инфраструктуры, огромное внимание израильское государство уделяет развитию и сохранению культурно-исторического и природного потенциала. Поэтому новые туристские проекты разрабатываются с учетом совместных директив Министерства туризма и Министерства охраны окружающей среды.

Экономика туризма. В последние годы Израиль принимает более 2 млн. иностранных туристов в год, в том числе и из стран СНГ (см. таблицу 4.30). Согласно данным официальной статистики, за период с января по сентябрь 2001 года Государство Израиль посетило около 1 миллиона человек (что на 56% меньше, чем за аналогичный период предыдущего года), среди них 980400 туристов. Период высокого сезона – а это январь-август, в страну въехало 35419 человек, что на 31% меньше, чем за аналогичный период 2000 года. По расчетам, за 2001 год Израиль посетило 1,2 миллиона человек[81].

Как видно из этого, туристы из СНГ составляют 1/10 часть всех прибывающих на Землю обетованную. Нужно заметить, что у узбекистанцев это направление пользуется спросом, об этом

[81] http://www.goisrael.ru.

свидетельствует не только открытие дипломатического ведомства Израиля в Узбекистана, которое выдает визы различного характера (туристские, гостевые, бизнес), но и регулярные рейсы, которые осуществляют Национальная компания «Узбекистон хаво йуллари» аэропорт «Ташкент» - аэропорт «Бен-Гурион») и израильские авиалинии El Al. 4 июля 1994 года было подписано Соглашение между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Государства Израиль о сотрудничестве в области туризма, которое стало основой для укрепления связей между туроператорами обоих государств.

Таблица № 4.30. Динамика визитов туристов из стран СНГ за 1993-2000 годы, тыс. человек

Год	Число туристов
1993	63,3
1994	92,8
1995	112,3
1996	117,5
1997	117,5
1998	102,7
1999	109
2000	110

О том, что Израиль пользуется успехом и значительным интересом, свидетельствуют и данные социологического опроса, проведенного Министерством туризма Израиля. Так, 94% туристов, посетивших Израиль посоветовали бы другим туристам приехать сюда даже сейчас. Опрос показал также, что с целью отдыха и развлечений в страну приехало 21% туристов, посетить своих родственников - 25%, с деловой целью - 16%. 85% сказали, что этот визит был для них очень значимым. Хотя 69% опрошенных отметили, что испытывали опасения прежде, чем приехать в Израиль, большинство сказали, что не столкнулись ни с какими проблема в ходе своего визита[82].

Несомненно, развитию туризма способствует организация соответствующих выставок, ярмарок и семинаров. Например, в Эйлате 29 ноября 2001 года завершился международный конгресс "21st Eilat Promotion", посвященный продвижению турпродукта этой курортной столицы Израиля. В нем приняли участие 210 туристических компаний из 14 стран. Как отмечают эксперты, самой крупной была делегация Франции, второй по количеству участников оказалась группа представителей российского турбизнеса. Министр туризма Израиля

[82] Опрос проводился в начале августа 2002 года в международном аэропорту «Бен-Гурион», и опрошены были 500 туристов, завершивших свой визит в Израиль.

Беньямин Елон отметил, что рассматриваются вопросы отмены израильской стороной визового режима для граждан некоторых стран СНГ, в частности, России, как это уже сделано в отношении Польши, Венгрии и некоторых других Восточно-Европейских стран.

Исторический туризм. Израиль обладает большим историческим потенциалом, а такой древний город как Иерусалим пользуется спросом у любителей познавательного туризма и религиозных паломников. Стоит вспомнить то, что по камням этого города ходили такие великие люди как патриарх Авраам, царь Давид, пророки Иисус Христос и Мухаммад, императоры Рима и Византии, воины-крестоносцы. Иерусалим стал одним из главных мест паломничества еще в древности, причем до сих пор самыми посещаемыми являются Храм Воскресения и Голгофа, церковь Святой Елены, Гефсиманский сад, Масличная гора и другие святые места.

Было бы несправедливым упустить и то, что Иерусалим также место паломничества мусульман, здесь расположена одна из важнейших святынь ислама – огромная скала (гора Мориа), на которую ступал пророк Мухаммад. Другая – знаменитый Золотой купол на Храмовой горе.

Для иудеев священной остается Стена Плача, именно здесь проходят еврейские празднества. На горе Сион верующие посещают гробницу царя Давида, в долине Кедронской – гробницу Симеона-праведника, источник Гихон, где был помазан на царствие царь Соломон. В еврейском квартале Старого города сохранились синагоги Рамбана, Иуды Хасида.

Любители археологического туризма могут просмотреть модель древнего Иерусалима времен Христа, сделанная в масштабе 1:50. Расположенный возле гостиницы "Холилэнд", макет позволяет увидеть, как выглядел город и храм в начале новой эры.

Экскурсионный туризм. Для туристов, мечтающих увидеть символы государственности, стоит посмотреть здание парламента Израиля – Кнессет, дом Президента, резиденцию и канцелярию Премьер-министра, которые расположены в Иерусалиме. Но для любителей музейной экспозиции лучше обратить внимание на Тель-Авив. В этом городе специалисты предлагают просмотреть Центр искусств имени Голды Меир, музей "Эрец Израиль" с обширной коллекцией образцов местных ремесел и искусства, Музей Диаспоры, а также тель-авивский музей, обладающий полотнами Рембрандта, Роя Лихтенштейна.

В парке Тимна (район Эйлота) можно познакомиться с историей медных рудников, которая начинается в XIV веке до нашей эры. Здесь же для увлекающихся археологическим туризмом предлагается осмотреть наскальные рисунки, а для любителей геологии и истории - пройтись по горным тропам и экологическим маршрутам.

Стоит также упомянуть о самом древнем городе на земле – Иерихоне, возникшем задолго до египетских пирамид. Туристам предлагается осмотреть прекрасный дворец Хишама, построенный теми же зодчими, что воздвигали и Золотой купол в Иерусалиме. Неподалеку от Иерихона находятся места, связанные с жизнью Христа: гора Искушения, источник пророка Елисея, дерево Заккея. К югу от Иерихона лежат руины Кумрана, рядом с которым были найдены древние рукописи Мертвого моря. Еще южнее – скала Масада, на вершине которой – руины царя Ирода.

Экологический туризм. Эта форма туризма разнообразна как по видам, так и по масштабам. К примеру, искатели ландшафтных (природных) красот могут найти полное удовлетворение в Эйлате. Это уникальное место, в котором сочетаются пустыня и море, расположено в Сирийско-африканском разломе. Температура воды здесь практически не меняется в течение года, поэтому лето здесь продолжается и в зимние месяцы. Но специалисты рекомендуют посещать этот район в апрелемае, когда отели еще не переполнены, а климатические условия позволяют уже купаться в Красном мере.

Эйлат представляет особый интерес и для любителей приключенческого туризма, поскольку здесь расположен центр аквалангистов и местный сервис предлагает практически все виды водных развлечений. Помимо моря, изюминкой отдыха в Эйлате является пустыня с превосходной возможностью сафари на джипах.

Также нужно заметить, что перспективным в плане развития туристских услуг и инфраструктуры представляется район Эйлат, где расположен заповедник библейских диких животных "Хайбар". Здесь разводят животных, находящихся на грани исчезновения. Туристы, интересующиеся геологической формой туризма, могут получить возможность восхититься Соломоновыми столбами – природными каменными глыбами.

Для информации: в ближайшее время в Эйлате планируется построить парк рептилий, центр искусств и ремесел, площадку для гольфа и отеля для игроков.

Оздоровительный туризм. Известное всеми миру своими лечебными свойствами Мертвое море расположено к востоку от Иудейской пустыни. Особенность этого водоема в том, что оно расположено на самом низком месте планеты – на 403 метра ниже уровня мирового океана. Этот район многочисленных клиник, лечебниц и отелей, предлагающих разнообразное лечение с использованием уникальных минеральных вод и грязей. Основная специализация – профилактика и лечение кожных, легочных заболеваний, проблем опорно-двигательного аппарата.

Для узбекистанцев свои услуги по оздоровительному туризму предлагает медицинский центр "Шемер" больницы "Бней цион",

расположенный в городе Хайфа. Данный центр уже работает с самаркандскими туристскими предприятиями, в частности Самаркандским региональным отделением Национальной компании "Узбектуризм".

ЮЖНО-АФРИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА. Говоря об экономическом значении туризма, следует отметить, что это четвертая по величине отрасль в Южной Африке, которая с каждым годом приобретает все больший вес и более динамичное развитие благодаря факторам, среди которых оптимальное законодательство, стимулирующая налоговая политика и качество профессиональной подготовки сотрудников туриндустрии. Например, каждое девятое рабочее место в стране связано с индустрией туризма. В стране с 45 млн. жителями имеются около 700 отелей, 2,8 тыс. пансионов и полупансионов и 10,0 тыс. ресторанов; кстати, туристическая индустрия в Южной Африке обеспечивает широкий спектр различных вариантов размещения от отелей до частных квартир и коттеджей, охотничьи домики в заповедниках, пансионы, молодежные общежития и полупансионы, типа «постель + завтрак».

Отметим основные предпосылки, способствующие росту туризма в Южной Африке. Прежде всего, это **национальные туристические активы**, в некоторых случаях не имеющие аналогов, в частности:

- разнообразные туристические программы, особенно приключенческие, экотуризм и посвящения в культуру местных племен;
- исключительная ценность южноафриканского ранта относительно ключевых конкурентов, частично вследствие иностранных обменных курсов;
- положительное глобальное восприятие мирного политического перехода в Южной Африке.

Необходимо добавить, что наиболее быстро развивающееся направление туризма в Южной Африке – природоведческий или экологический туризм, в который входит фотографирование местной природы, в том числе ландшафтов, наблюдение за птицами, изучение растительного мира, снорклинг, пешие походы и альпинизм. Большой популярностью среди туристов стали пользоваться рикши на побережье Дюрбан в провинции КваЗулу-Наталь.

Национальные и областные парки, так же как и частные заповедники, вовлекаются в локальные общества по сохранению и управлению природными ресурсами. Эти общества не только извлекают материальную выгоду из экотуризма, но также осознают свою ответственность по отношению к окружающей среде. Стоит отметить, что большая доля экотуризма во внешнеторговом обороте позволяет направить значительные средства на поддержание экологических ресурсов, помогая, таким образом, их сохранению.

Деревенский туризм становится все более и более популярным благодаря туристам желающим познать на собственном опыте сельский образ жизни в маленьких деревушках, разбросанных по всей Южной Африке.

Приведем пятнадцать наиболее привлекательных туристических мест, согласно их посещаемости иностранцами:

1. Водопад Виктория; Набережная Альфред в Кейптауне;
2. Столовая гора;
3. Кейп Пойнт;
4. "Винные маршруты" по Западному Кейпу;
5. Кирстенбош;
6. Гарден роут;
7. Страусиная ферма в Оудсхурне;
8. Национальный парк Крюгер;
9. Побережье Дюрбан;
10. Роббен айленд;
11. Пещеры Кэнго;
12. Каньон реки Блайд;
13. Достопримечательности Претории;
14. Курорты Драконовых гор;
15. Отдых пилигрима[83].

В 1999 году, компания «Саппи», занимающаяся охраной лесов, дала обязательство на 10 миллионов рантов на развитие экологического туризма по туземным южноафриканским лесам и заболоченным землям. Сумма в 1,0 миллион рантов уже израсходована на развитие маршрута экологического туризма в Ваккерструм в провинции Мпумаланга.

Безопасность туризма – это важный элемент национальной туриндустрии. В частности, группа по обеспечению безопасности туризма (TSTG) преуспела в создании на местах для безопасности локального туризма. Были начаты различные экспериментальные программы, например, такие как "Туристическая инициатива доброго самаритянина". В сентябре 1999 года обычные люди, которые внесли свой вклад в укрепление позиции Южной Африки и ее туристического потенциала, были названы в своих провинциях Добрыми Самаритянами Туризма.

Транспортная инфраструктура Южной Африки является относительно развитой: так, авиалинии, железные дороги, комфортабельные туристические автобусы и автомобили - позволяет туристам быстро и удобно перемещаться от места прибытия в любую

[83] Источник. Южноафриканский туризм, лето 1999, для международного туристического рынка Южной Африки.

другую точку страны. В Южную Африку летает большое количество регулярных рейсов различных международных авиакомпаний, включая Южноафриканские Авиалинии. В стране работают несколько внутренних авиалиний и железнодорожные магистрали, которые обеспечивают транспортное сообщение со всеми частями страны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Даже в слаборазвитых странах туризм является важной индустрией народного хозяйства, а в мировой торговле он прочно занимает третье место после нефтяной и автомобильной промышленности. По прогнозам зарубежных экспертов, к концу этого столетия туризм сможет возглавить список лидеров. И это не пустые оценки, общие расходы на внутренний и международный туризм составляют более 12% мирового национального продукта. По другим подсчетам, на долю международного туризма приходилось более 6-7% общего объема мирового экспорта и 30% торговли услугами.

Во многих государствах он даже является главным источником дохода казны и обеспечения занятости населения. Нужно отметить, что известны случаи, когда доля поступлений от иностранного туризма составляла свыше четверти ВНП страны (в частности, в Австрии в начале 90-х годов она достигала 26%), а в экспорте товаров и услуг – до одной пятой (Испании – 25,1%). В настоящее время страны Содружества занимают весьма скромное место на мировом рынке туристских услуг – на их долю приходится менее 2% мирового туристского потока. Многие эксперты считают, что в последние годы спрос на санаторно-туристские и экскурсионные услуги в силу проблем переходного периода снизился, а существующая сеть туристских, санаторных учреждений, пансионатов, домов отдыха в значительной степени нуждается в реконструкции. Более того, утрачены привлекательные для туристов маршруты по странам Центральной Азии, Кавказа, Молдавии, Белоруссии, Украины.

Вместе с тем, каждая республика СНГ прилагает усилия в формировании собственной национальной модели туризма, которая соответствовала бы внутренним возможностям, национальному колориту и мировым стандартам. Не является исключением и Узбекистан, который по своим туристическим ресурсам может лидировать в Центральной Азии. Если затрагивать в более широком масштабе, то республика входит в число двадцати стран, обладающих развитым туристическим потенциалом. О возможности этой сферы в Узбекистане говорит наличие более 4 тысяч объектов архитектуры, монументального искусства, памятников старины. Кроме экскурсионного туризма, республика располагает рекреационным потенциалом – соответствующей системой зон отдыха, парков и туристско-оздоровительных комплексов, минеральных и бальнеологических источников, что создает условия для формирования экологических маршрутов, способных привлечь иностранных туристов не в меньшей степени, чем исторический туризм.

В настоящее время в Узбекистане идет процесс формирования национальной модели туризма, который может стать перспективной и

самостоятельной отраслью народного хозяйства. Туристический рынок, как и любой другой четко реагирует на социально-политическую и экономическую ситуацию в стране. По мнению экспертов, он фактически является индикатором, по которому многие развитые зарубежных государств определяют степень развития двустороннего сотрудничества, обеспечения притока инвестиций и капиталов.

В условиях формирования рыночных отношений в Узбекистане туризм становится важным фактором стабилизации национальной экономики, благодаря перераспределению национального дохода. Здесь в последние годы туризм стал не только делом государства и правительства, но и негосударственного сектора экономики: в этот процесс подключились как национальные коммерческие, частные, так и зарубежные структуры. Отмечено развитие малого и среднего бизнеса в сфере туристической деятельности. Количество туристов, посещающих нашу страну, растет ежегодно, что позволяет с оптимизмом воспринимать слова Майкла Мак Налти, руководителя проекта ВТО «Программа устойчивого развития туризма в Узбекистане»: "Узбекистан сможет стать важным международным пунктом туристического бизнеса в будущем. Самый главный капитал - доброжелательные, гостеприимные люди - у вас". Республика, располагая разнообразными природно-климатическими условиями, богатой флорой и фауной, древней культурой, уникальными историко-архитектурными памятниками, сетью гостиниц, курортов, домов отдыха, туристических баз, национальных парков и заповедников, открывает свои двери для гостей со всех уголков мира.

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

МЕСТНЫЕ ТЕРМИНЫ:

Область. Самая крупная административная единица ниже государственного уровня.

Район. Административная единица ниже областного уровня (и выше местного/городского уровня).

Турбаза. Многоместный туристский лагерь, популярное место отдыха в советское время. Условия как в западных палаточных лагерях в 1960-х. Места для сна и коммунальные удобства – постоянные структуры.

ТУРИСТСКИЕ ТЕРМИНЫ:

Туроператор. Организация, специализирующаяся на подготовке пакетов туристских продуктов, продаваемых либо на прямую («непосредственный продавец»), либо через турагентство.

Турагент. Организация, продающая в основном пакеты туров от туроператоров и билеты на разные виды транспорта клиентам.

Место назначения. Страна, регион или местность, посещаемая туристами для того, чтобы провести выходные и отпуск или с иными целями (деловыми, научными).

Внутренний туризм. Внутренние туристы – это жители страны назначения, но не места назначения.

Турпродукт. Природные, культурные или человеческие качества, которые становятся доступными для туристов с помощью инфраструктуры и услуг.

Пакет турпродуктов. Туристский продукт, тур или поездка полностью, как описывается в туристской брошюре. Обычно представляет собой сочетание транспорта, проживания, питания и экскурсий.

Туроператор, работающий на внутренний рынок (Внутренний оператор). Туроператор, работающий в стране (местности) назначения, принимающий туристов от туроператора, отправляющего туристов.

Туроператор, работающий на внешний рынок (Внешний оператор). Туроператор в исходной стране, отправляющий туристов в зарубежную страну назначения.

ТЕРМИНЫ ЭКОТУРИЗМА:

Устойчивый туризм. Можно определить как туризм, отвечающий потребностям туристов и принимающих регионов, при этом сохраняя и увеличивая возможности на будущее. Он предусматривается как ведущий к менеджменту всех ресурсов таким образом, чтобы удовлетворять все экономические, социальные и эстетические требования при сохранении социальной и культурной ценности, необходимой для экологических процессов, биологического разнообразия и систем поддержания жизни. Устойчивый туризм - это подход в менеджменте, применимый как к массовому туризму, так и к мелкомасштабному экотуризму.

Природный туризм. Туризм на природе, который часто уделяет основное внимание определенным видам деятельности на природе, таким как пешие прогулки, сафари, альпинизм, рафтинг, прогулки верхом на лошадях, лыжные прогулки и т.д.

Экотуризм. Природный туризм в относительно нетронутых районах, включающий экологическое образование, повышение осознания ценности природной среды и устойчивый менеджмент.

Индустрия экотуризма. Этот сектор туристской индустрии включает в себя экотуристские операции, развитие экотуризма и/или предоставление услуг для экотуризма.

Природные территории. Существующие в природе или сформированные природой; не искусственные; включающие также культурные аспекты.

Регион. Область, которая окружает охраняемую территорию, имеющая границы, подходящие для развития устойчивого туризма. Регион должен иметь уникальные характеристики и целостность территории, а также предлагать признанные продукты и услуги. Необходимо определить имеющиеся и будущие туристские средства (транспорт, жилье и виды деятельности), включая привлекательные места, природное и культурное наследие.

Регион экотуризма. Это сочетание физических, биологических, социальных, культурных и управленческих условий, которые обусловливают ценность региона. Регион включает природные богатства (растительность, ландшафты, топографию, пейзажи), качества, связанные с использованием региона для экотуризма (интенсивность и тип использования) и условия, обеспечиваемые менеджментом (развитие, доступ, правила). Из разных

сочетаний этих качеств и условий можно создать большое количество возможностей экотуризма в каждом из регионов.

Потенциальная емкость. Количество посетителей/туристов, которое может принять территория за определенное время (день, год, сезон), не оказывая при этом негативного экологического, социально-экономического, культурного и психологического влияния.

Потенциальная психологическая емкость означает качество туристского продукта в восприятии туриста и относится к негативным воздействиям на восприятие туриста/посетителя, в том числе многочисленность групп, конфликты между различными группами.

Потенциальная экологическая емкость включает предотвращение негативных воздействий на экосистемы, места обитания, виды животных и растений и геоморфологию.

Потенциальная социально-экономическая емкость включает предотвращение отрицательных воздействий на качество жизни местных жителей и их социальные структуры (конфликты, социальное разделение), на экономическую структуру (негативное влияние на местное имущество и контроль, изменение экономики, уровня занятости и т.д.).

Потенциальная культурная емкость включает предотвращение негативного воздействия на целостность и образ жизни сообщества, на их веру и культурное наследие.

Значимое окружение. Все стороны (сообщества, учреждения, государственные организации, НПО, предприятия, организации, представляющие экономические и социальные сектора и лица), чье участие и/или поддержку можно считать необходимыми и/или полезными для понимания целей сохранения охраняемых территорий и гарантии успеха стратегии развития устойчивого туризма.

Анализ СВОТ. Аналитический инструмент, помогающий выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы предлагаемой стратегии развития.

Зонирование. Разделение территории на определенные зоны для определенных целей, основанное на оценке ее потенциальной физической и социальной емкости и туристского потенциала. Зоны, в которых не разрешается никакая деятельность или разрешается ограниченная деятельность, обеспечивают оптимальную охрану природы.

Нурислам ТУХЛИЕВ
Тамилла АБДУЛЛАЕВА

НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Государственное научное издательство
«O'zbekiston miiliy ensiklopediyasi»

Редакторы *А. Кременцова*
Н. Хашимова

Дизайн и компьютерная верстка *А. Якубджанов*

700129, Ташкент, ул . Навои, 30. Подписано в печать 16.01.2006.
Формат 60 x 84 $^{1}/_{16}$. Гарнитура Таймс. Усл.-печ. 24,65 л.
Уч.-изд. 25,57. Тираж 200.

Оригинал-макет и дизайн изготовлен на базе технических и программных средств Государственного научного издательства «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi». 700129, Ташкент, ул . Навои, 30.