

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЦАРЭС 2030

ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ ОДОБРЕНИЯ



СОДЕРЖАНИЕ

I. СОКРАЩЕНИЯ	1
II. ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ РЕЗЮМЕ	2
III. ВВЕДЕНИЕ	6
IV. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ И ВЛИЯНИЕ COVID-19	7
V. ТУРИЗМ В РЕГИОНЕ ЦАРЭС	10
A. Внутренний, въездной и выездной туризм	10
B. Вклад туризма в валовой внутренний продукт (ВВП) и конкурентоспособность	12
C. Потенциал региона ЦАРЭС для привлечения основных туристических сегментов	14
D. Национальные приоритеты туризма и необходимость в региональной стратегии развития отрасли	19
VI. Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года	20
A. Видение	20
B. Руководящие принципы	20
C. Концепция развития туризма ЦАРЭС и региональные приоритетные кластеры туризма	21
VII. Стратегические основы Стратегии развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года	25
A. Связанность и инфраструктура	27
B. Качество и стандарты	29
C. Профессиональное обучение	29
D. Маркетинг и брендинг	31
E. Сведения о рынке	32
F. Сквозные темы	33
VIII. Институционализация и механизмы реализации	35
A. Поэтапный подход к реализации	35
B. Институциональная структура	36
C. Финансирование	38
D. Партнерства	38
E. Матрица результатов	38
Приложение I: Обзор туристических стратегий стран ЦАРЭС	40
Приложение II: Ориентировочный список провинций и городов каждого приоритетного туристического кластера	45
Приложение III: Региональная программа инвестиций в туризм (2021-2025 гг.).....	46
Приложение IV: Матрица результатов	43

РИСУНКИ

Рисунок 1: Распределение внутренних туристов в странах ЦАРЭС	10
Рисунок 2: Въездные туристы в страны ЦАРЭС	11
Рисунок 3: Выездные туристы из стран ЦАРЭС	12
Рисунок 4: Конкурентоспособность путешествий и туризма и прямой вклад в ВВП	14
Рисунок 5: Концепция развития туризма и кластеры ЦАРЭС	24
Рисунок 6: Стратегические основы туризма ЦАРЭС	27
Рисунок 7: Институциональная структура ЦАРЭС	37

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1: Основные мотивы для поездки в страны ЦАРЭС	12
Таблица 2: Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT)	25

СОКРАЩЕНИЯ

ИИ	искусственный интеллект
AR	дополненная реальность
B2B	бизнес-бизнес
CAGR	кумулятивный усредненный темп роста
ЦАРЭС	Центральноазиатское региональное экономическое сотрудничество
ОТ	общинный туризм
COVID	новая коронавирусная болезнь
ЕС	Европейский союз
ВВП	валовой внутренний продукт
GWI	Глобальный институт здоровья
ИКТ	информационные и коммуникационные технологии
АРВМ	Автономный район Внутренняя Монголия, КНР
ИБ	интернет вещей
МРСТ	Международные рекомендации по статистике туризма
МК	Министерская конференция
ВСКМ	встречи, съезды, конференции и мероприятия
INSTO	Международная сеть обсерваторий устойчивого туризма
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ГЧП	государственно-частное партнерство
КНР	Китайская Народная Республика
МСП	малые и средние предприятия
ЗВОЛ	Заседание высокопоставленных официальных лиц
SWOT	сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы
ВСТ	вспомогательный счет туризма (стандарт учёта экономического воздействия туризма)
ПТОО	профессионально-техническое образование и обучение
ЮНЕСКО	Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
ЮНВТО	Всемирная туристская организация ООН
ВГДР	в гостях у друзей и родственников
VR	виртуальная реальность
ВЭФ	Всемирный экономический форум
ВСПТ	Всемирный совет по путешествиям и туризму
СУАР	Синьцзян-Уйгурский автономный район, КНР

ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ РЕЗЮМЕ

Стратегия Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) по туризму до 2030 года обеспечивает общую стратегическую и целостную основу для руководства туристической деятельностью в регионе ЦАРЭС до 2030 года. В ней излагается долгосрочное видение, руководящие принципы, стратегические основы и цели для продвижения устойчивого развития, безопасного и инклюзивного развития туризма в регионе и повышения его привлекательности в качестве конкурентоспособного туристического направления мирового уровня. Она основана на выводах и рекомендациях обзорного исследования «Содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030», проведенного в 2018 году. Стратегия развития туризма согласуется с общими направлениями Стратегии ЦАРЭС 2030, а также с приоритетами и планами стран в области туризма, и стремится обеспечить тесную координацию туристических инициатив, реализуемых партнерами по развитию в регионе.

Вспышка нового коронавируса (COVID-19) в начале 2020 года оказала значительное давление на экономику ЦАРЭС; при этом, туризм оказался одним из наиболее сильно пострадавших секторов. За первые пять месяцев 2020 года количество международных прибытий туристов в мире снизилось на 56% по сравнению с тем же периодом 2019 года. По оценкам Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), общее сокращение количества международных прибытий туристов во всем мире в 2020 году может варьироваться от 58% до 78%, в зависимости от того, когда будут сняты ограничения на поездки. В результате, предпочтения путешественников смещаются в сторону более близких, безопасных и малолюдных направлений, и страны адаптируют свои стратегии и планы в области туризма, чтобы в краткосрочной перспективе сосредоточиться на внутреннем и внутрирегиональном туризме. Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года учитывает воздействия и тенденции, связанные с пандемией COVID-19. Посредством постепенной реализации региональных проектов и инициатив в рамках своих пяти стратегических столпов она стремится помочь туристическим секторам стран ЦАРЭС прийти в норму активнее и быстрее, а также восстановить уверенность и доверие путешественников, продвигая регион как безопасное и устойчивое туристическое направление.

Регион ЦАРЭС обладает широким спектром исторического и культурного наследия, уникальной кухней и местными традициями, богатой и неизведанной сетью городов и уникальными природными богатствами, пересекающими национальные границы. В 2019 году страны ЦАРЭС приняли, в общей сложности, 424 миллиона внутренних туристов и 41 миллион иностранных туристов. Внутренние туристы и посетители из соседних стран путешествуют в основном с деловыми целями и для посещения друзей и родственников, особенно с короткими поездками продолжительностью 2-3 дня. С другой стороны, иностранных туристов из далеких стран, как правило, мотивируют культура и религия, а затем уже природа, приключения и бизнес. Таким образом, Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года направлена на поддержку разработки уникальных туристических продуктов и впечатлений, обслуживающих различные туристические сегменты – такие как бизнес, культура, природа и приключения, солнечные ванны и пляжный отдых, здоровье и благополучие, а также внутренний туризм на выходные дни.

Видение, руководящие принципы и приоритетные туристические кластеры

Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года основана на видении создания *«устойчивого, безопасного, легкодоступного и хорошо известного туристического региона, предлагающего разнообразие уникальных круглогодичных качественных впечатлений посетителям вдоль Шелкового пути и широко распределяющего выгоду среди своих сообществ»*.

Пять руководящих принципов лежат в основе разработки всеобъемлющих и эффективных региональных программ развития туризма и сотрудничества в сфере туризма в регионе. К ним относятся: (i) приоритет качества над количеством для обеспечения экологической, социальной и культурной устойчивости; (ii) адаптация к глобальным тенденциям и повышение устойчивости путем пропаганды уникальности туристических продуктов стран при одновременном создании регионального синергизма для эффективного реагирования на новые глобальные и региональные события; (iii) сокращение региональных дисбалансов и расширение прав и возможностей местных сообществ; (iv) продвижение многосезонного туризма через диверсификацию продуктов и продвижение поездок по многим странам, чтобы помочь решить проблему сезонности и предоставить круглогодичные возможности для бизнеса в регионе; и (v) принятие целостного и поэтапного подхода к развитию туристической сети ЦАРЭС вдоль Шелкового пути и обеспечению устойчивого развития региональных туристических кластеров.

Шелковый путь – это самый важный маршрут, связывающий крупные города и туристические объекты стран ЦАРЭС. Кроме того, с Великим Шелковым путем связаны основные национальные и транснациональные дороги в регионе – такие как Памирское шоссе, Каракорумское шоссе, тропа Чингисхана и Транссибирская железнодорожная магистраль. Стратегия развития туризма ЦАРЭС определяет семь приоритетных региональных туристических кластеров, связанных с этими основными туристическими маршрутами. Приоритетные туристические кластеры были отобраны с учетом своей региональной значимости, уровней посещаемости и будущего потенциала развития для привлечения всё большего числа туристов, увеличения расходов на одного туриста и увеличения вклада туристического сектора в ВВП страны.

Семь приоритетных кластерных групп включают: (i) Каспийский регион, охватывающий Грузию, Азербайджан, Казахстан и Туркменистан; (ii) Сердце Центральной Азии, охватывающее Узбекистан, Казахстан, Кыргызскую Республику, Туркменистан, Таджикистан и Афганистан; (iii) Алматы-Бишкек в части территории экономического коридора Алматы-Бишкек и гор Тянь-Шань, охватывающих Казахстан, Кыргызскую Республику и Северный Синьцзян в КНР; (iv) Золотое побережье, расположенное на юго-западе Пакистана; (v) Каракорум – Вахан, охватывающий восточную часть Афганистана, юго-восточный Таджикистан, северный Пакистан и северо-западный Синьцзян; (vi) Алтай, включая Монголию, Казахстан и КНР; и (vii) Гоби и луга, охватывающие Монголию и Внутреннюю Монголию.

Стратегические компоненты

Несмотря на то, что страны ЦАРЭС обладают выдающимися природными и культурными ресурсами, все еще существует ряд факторов, препятствующих развитию их туристических секторов. К ним относятся ограниченный доступ в страны ЦАРЭС и между ними, сложные и неоднородные визовые требования и пограничные механизмы, нестабильное качество туристической инфраструктуры и услуг, нехватка профессиональных навыков, отсутствие надежных данных и статистики по туризму, а также низкая осведомленность и знания о туристических достопримечательностях в странах ЦАРЭС. Для достижения долгосрочного видения и преодоления этих проблем посредством расширенного сотрудничества в стратегии туризма ЦАРЭС определены пять стратегических компонентов:

- (i) **Связанность и инфраструктура**, включая улучшение воздушного и наземного сообщения, упрощение процедур пересечения границ, гармонизацию визовых требований и улучшение туристической инфраструктуры и объектов в районах с потенциалом для круглогодичной деятельности в рамках приоритетных туристических кластеров;
- (ii) **Качество и стандарты**, включая разработку и внедрение эффективных и согласованных минимальных стандартов качества, гигиены и окружающей среды. Это может включать в себя разработку «Знака качества Шелкового пути» для туристических услуг, который будет принят на добровольной основе;
- (iii) **Профессиональное обучение** с упором на устранение существующих пробелов между отраслевой практикой и предоставлением туристического образования и обучения, и разработку интегрированных региональных тренингов и программ для государственных и частных заинтересованных сторон в сфере туризма с максимизацией использования цифровых технологий;
- (iv) **Маркетинг и брендинг** – в том числе, создание общего бренда «Посетите Шелковый путь» посредством разработки и запуска туристического веб-портала ЦАРЭС, наряду с организацией совместных мероприятий и мероприятий по продвижению туризма, а также бизнес-инициатив для туроператоров и других поставщиков туристических услуг.
- (v) **Исследование рынка**, включая разработку и внедрение общих методологий для сбора данных и производства статистики туризма в соответствии с передовой международной практикой, а также содействие партнерству между государственными и частными заинтересованными сторонами в сфере туризма в регионе для проведения совместных исследований рынка для лучшего понимания предпочтений клиентов, желаемого опыта и потребностей.

Кроме того, несколько тем пересекаются со всеми стратегическими компонентами. К ним относятся: (i) здоровье, безопасность и защищенность для поддержки усилий стран по реагированию на пандемию COVID-19 и повышения устойчивости их туристических секторов к будущему глобальному кризису; (ii) цифровые и коммуникационные технологии; (iii) гендерное равенство; (iv) развитие частного сектора; (v) экологическая устойчивость за счет принятия устойчивых методов защиты туристических активов региона; и (vi) универсальный доступ для учета потребностей инвалидов и пожилых путешественников при планировании и управлении дестинациями.

Реализация и институциональные механизмы

Будет принят поэтапный подход к реализации Стратегии развития туризма ЦАРЭС до 2030 года и приоритизации инициатив и проектов в рамках стратегических компонентов. На начальном этапе, с 2021 по 2023 год, региональные меры будут сосредоточены на внутреннем и внутрирегиональном туризме. Второй этап, с 2024 по 2028 год, будет сосредоточен на привлечении международных рынков с высокими расходами за счет улучшения воздушного сообщения и разработки совместных туристических продуктов и опыта работы в нескольких странах. На последнем этапе, начиная с 2029 года, будет рассмотрен вопрос о расширении в сторону второстепенных направлений за пределами семи приоритетных региональных туристических кластеров. Для поддержки этого была разработана региональная структура инвестиций в туризм, охватывающая региональные проекты и инициативы в рамках пяти стратегических направлений, которые должны быть реализованы в течение первых пяти лет периода реализации стратегии.

Работу по туризму ЦАРЭС будет возглавлять и координировать группа координаторов по туризму ЦАРЭС. Предусматривается поэтапный подход к эффективному укреплению ответственности стран и разработке наиболее подходящей институциональной структуры на основе прогресса, достигнутого с течением времени. В качестве первого шага будут сформированы целевые группы технических экспертов, ориентированные на потребности, на тематическом или кластерном уровне для дальнейшей разработки региональных проектов и инициатив в рамках стратегических направлений. Когда прогресс будет достаточным и основанным на спросе стран, можно будет создать небольшое централизованное туристическое бюро и/или независимое региональное туристическое агентство с общими механизмами финансирования.

Группа координаторов по туризму ЦАРЭС будет отвечать за мониторинг реализации туристической стратегии и региональной инвестиционной структуры. Признавая глобальный изменчивый характер этого сектора и тот факт, что прогресс может быть разным в рамках стратегических компонентов и/или туристических кластеров, по мере необходимости будут вноситься корректировки с учетом возникающих потребностей и приоритетов стран.

Учитывая многоплановый характер туристического сектора, особое внимание будет уделено созданию эффективного механизма для координации между широким кругом заинтересованных сторон, включая государственные учреждения, частный сектор, научные круги и гражданское общество. Техническая, аналитическая и организационная поддержка будет предоставлена Секретариатом ЦАРЭС, партнерами по развитию и Институтом ЦАРЭС. Усилия будут направлены на мобилизацию большего финансирования из широкого круга источников, в том числе от партнеров по развитию, государственного бюджета, частного сектора и механизмов ГЧП. Кроме того, будет рассмотрен вопрос о создании регионального инвестиционного фонда для поддержки инвестиций в туризм регионального масштаба и воздействия.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Программа Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) – это партнерство 11 стран¹ и партнеров по развитию, работающих вместе для содействия развитию посредством сотрудничества, ведущего к ускоренному экономическому росту и общему процветанию. Деятельность ЦАРЭС основывается на стратегии ЦАРЭС 2030, одобренной на 16-й Министерской конференции ЦАРЭС в октябре 2017 года. ЦАРЭС 2030 фокусируется на пяти операционных кластерах, включая «торговлю, туризм и развитие экономических коридоров».

2. Туризм выходит за рамки национальных границ, и существует ряд преимуществ для стран в пределах географического региона, работающих друг с другом в развитии, управлении и продвижении своих туристических секторов. Региональное сотрудничество в области туризма может способствовать укреплению экономических, социальных и культурных связей между странами, тем самым улучшая имидж региона и делая его более привлекательным для иностранных гостей и инвестиций. Развитие регионального подхода также создает более широкий рынок спроса и предложения туристических услуг и предлагает большее разнообразие и более широкий спектр впечатлений для путешественников и туристов. Общей целью такого сотрудничества является повышение уровня жизни населения стран ЦАРЭС и ускорение инклюзивного экономического роста в регионе.

3. В 2018 году Секретариат ЦАРЭС провел предварительное исследование «Содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030»,² чтобы оценить потенциал ЦАРЭС как платформы регионального сотрудничества для продвижения скоординированного подхода к развитию туризма. Исследование выявило возможности для усиления и расширения сотрудничества в сфере туризма между странами-членами ЦАРЭС и максимального увеличения экономических возможностей при сохранении экосистем.

4. Основываясь на выводах обзорного исследования, Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 года устанавливает долгосрочное видение, цели, программы и задачи для продвижения устойчивого, безопасного и инклюзивного развития туризма в регионе и повышения его привлекательности в качестве конкурентоспособного туристического направления во всем мире. Она основана на усилиях стран в этой области, а также на существующих инициативах, реализуемых партнерами по развитию, и использует целостный подход, охватывающий уменьшение ограничений в путешествиях и обеспечение взаимодействия, развитие человеческих ресурсов и навыков, туристическую инфраструктуру и услуги, цифровизацию, маркетинг и продвижение туризма, а также региональные институциональные механизмы для туризма, включая роли государственного и частного секторов.

¹ АБР. 2017. «ЦАРЭС 2030: Соединяя регион для совместного и устойчивого развития». Манила.

² АБР. 2019. «Содействие региональному сотрудничеству в сфере туризма в рамках ЦАРЭС 2030». Манила

II. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ И ВЛИЯНИЕ COVID-19

5. Мировая туристическая индустрия динамично развивалась в течение последних десятилетий, демонстрируя высокую устойчивость в течение нескольких кризисных периодов. С 2000 года рост международного туризма (5,8% СГТР³) опережал рост мировой экономики (5,4% СГТР). Индустрия туризма оказала прямое влияние на мировой ВВП в размере 3,9% (3,35 трлн долларов США), из которых 71% приходится на внутренний туризм и 29% – на экспортный туризм.⁴ Его добавленная стоимость составляет 58,8% от прибыли (5,7 триллиона долларов).⁵

6. Рост индустрии туризма во всем мире был обусловлен в основном увеличением среднего класса из стран с формирующейся экономикой. Более того, в странах Азии и Южной Америки наблюдался устойчивый рост дохода на душу населения, что позволило потребителям в этих регионах совершать больше поездок за границу.

7. Глобальное распространение вспышки нового коронавирусного заболевания (COVID-19) в начале 2020 года серьезно повлияло на сектор туризма. В период с января по май 2020 года количество международных туристских прибытий уменьшилось на 56%. Больше всего пострадал Азиатско-Тихоокеанский регион: за тот же период количество туристов сократилось на 60%. По оценкам Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), общее сокращение числа международных туристских прибытий во всем мире в 2020 году может составить от 58% до 78%, в зависимости от того, когда будут сняты ограничения на поездки. Это приведет к потере экспортных доходов от туризма на сумму от 910 до 1,2 триллиона долларов и может поставить под угрозу до 120 миллионов рабочих мест в индустрии туризма.⁶ Ожидается, что, хотя внутренний туризм будет восстанавливаться быстрее, региональные и международные поездки не покажут никаких признаков восстановления до 2021 года.

8. Ожидается, что глобальная пандемия COVID-19 создаст новые модели и тенденции в туристическом секторе в будущем, особенно в краткосрочной перспективе. Это включает:

- **Возросшая роль внутреннего и регионального туризма.** Вспышка COVID-19 сместит приоритеты путешественников в сторону более близких, безопасных и малолюдных мест. Таким образом, внутренний и региональный туризм может быть более востребованной альтернативой, поскольку автомобиль является предпочтительным видом транспорта, чтобы избежать контактов с большими группами людей. Виллы или другие единицы размещения с самообслуживанием, соответствующие требованиям социальной удаленности, будут пользоваться наибольшим спросом в период восстановления. Эта тенденция также означает региональную модель деловых поездок. Дальние авиаперелеты потенциально

³ Совокупный годовой темп роста. Источник: ЮНВТО и Группа Всемирного банка; Анализ JCF Strategy Consulting.

⁴ ВСПТ 2019 («Влияние путешествий и туризма на экономику», март 2019 г., данные за 2018 г.). Экспортный туризм соответствует въездному туризму или туризму международных прибытий, охватывающему ночевку (туристов) и однодневные поездки иностранных граждан, путешествующих в пункт назначения за пределами обычной среды, на срок менее года, основная цель которых (бизнес, отдых или другая личная цель), кроме трудоустройства.

⁵ ВСПТ 2019 «Влияние путешествий и туризма на экономику», стр. 3-7; Анализ JCF Strategy Consulting.

⁶ Источник: Информационная панель по туризму ЮНВТО.

возобновятся в быстром темпе только после того, как исчезнут риски заражения и будет введена вакцина против COVID.

- **Появление безопасных коридоров для путешествий.** Хотя число случаев заражения COVID-19 продолжает расти, некоторым странам удалось сдержать пандемию за счет принятия ряда мер по санитарной и социальной охране. Однако такие меры отрицательно сказались на экономическом росте. В попытке реорганизовать экономику и активизировать индустрию туризма, страны восстанавливают связи и партнерские отношения для создания безвирусных туристических зон со смягченным карантинным режимом⁷, которые предлагают безопасную среду для развития туристической деятельности, защищая как туристов, так и местное население.

9. Кроме того, в ближайшие годы прогнозируются следующие тенденции, влияющие на туристический сектор во всем мире:

- **Повышенное внимание устойчивости и ответственному туризму.**⁸ Все больше туристов в настоящее время уделяют больше внимания «экологическому отпечатку» и социально-экономическим последствиям своих путешествий. Туристы все больше отдают предпочтение направлениям и предприятиям с четкой политикой устойчивого развития, процедурами утилизации и циркулярной экономикой, а также растет интерес к туристическим продуктам и опыту, которые могут помочь защитить окружающую среду и принести ощутимую пользу местным сообществам.
- **Технологические инновации.** Процесс цифровизации туристического сектора меняет бизнес-модель поставщиков и ожидания клиентов. Появление новых игроков в сфере размещения (например, AirBnB, Homeaway), транспорта (BlablaCar, Uber), общественного питания (EatWith) и услуг гида (Tours By Locals) произвело революцию в туристическом секторе. Умные туристические направления⁹ всесторонне управляют туристическими поездками, технологические решения на основе технологий дополненной реальности¹⁰ улучшают впечатления клиентов, виртуальная реальность¹¹ все чаще применяется на встречах и конференциях, услуги начинают оплачиваться в криптовалютах, соединения 5G и Wi-Fi становятся необходимыми услугами, технология «Интернет вещей» (ИВ) и искусственный интеллект (ИИ) уже

⁷ Безвирусные туристические зоны со смягченным карантинным режимом относятся к партнерским отношениям между странами, успешно справившимися с пандемией и согласившимся открыть границы и восстановить связи между собой, чтобы разрешить въезд безвирусным путешественникам и возобновить индустрию туризма и экономическую активность.

⁸ Согласно ЮНВТО, устойчивый туризм относится к «туризму, который полностью учитывает его текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, обращаясь к потребностям посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих сообществ».

⁹ «Умный» туризм – это направление, отвечающее требованиям нынешней глобальной мобильной элиты и облегчающее доступ к туристическим и гостиничным продуктам, услугам, пространствам и впечатлениям с помощью инструментов ИКТ. Он также способствует развитию инновационного и предпринимательского бизнеса и взаимосвязанности предприятий. Источник: igi-global.

¹⁰ Дополненная реальность (AR) – это интерактивный опыт реальной среды, в которой объекты, находящиеся в реальном мире, усилены сгенерированной компьютером перцептивной информацией, иногда с помощью нескольких сенсорных механизмов, включая визуальные, слуховые, тактильные, соматосенсорные и обонятельные.

¹¹ Виртуальная реальность (VR) – это использование компьютерных технологий для создания моделируемой среды, которая может быть похожа на реальный мир или полностью отличаться от нее.

применяются многими гостиничными сетями и другими поставщиками туристических услуг.

- **Заказчики как основной источник информации через онлайн-платформы.** Сарафанное радио (word-of-mouth) всегда было самым важным фактором при выборе туристами направлений своих путешествий. Большинство путешественников теперь полностью полагаются на онлайн-платформы для планирования и бронирования своих поездок. Рост использования социальных сетей и блогов о путешествиях усилило эту тенденцию, уменьшив влияние институциональных и традиционных каналов коммуникации на выбор дестинации. Это рентабельная маркетинговая возможность для менее известных туристских направлений для создания сильного туристического бренда и имиджа среди потребителей на целевых рынках и в глобальных сегментах.
- **Приключенческий туризм.**¹² Традиционная мотивация к отдыху вдали от дома идет на спад. Вместо нее туристы ищут уникальные впечатления, узнавая новое в ходе путешествия и проводя незабываемое время в местах назначения посредством взаимодействия с местными жителями и погружаясь в местную культуру, историю, кухню и традиции страны. Организации по управлению дестинациями (DMO), туроператоры и другие предприятия должны соответствующим образом адаптироваться, разрабатывая и планируя набор уникальных и разнообразных впечатлений и предоставляя персонализированные услуги. Ключевым моментом для этого является расширение взаимодействия с местными сообществами.
- **Дальнейшее увеличение населения со средним уровнем дохода и растущее влияние поколений Y и Z.** Ожидается, что к 2033 году¹³ население класса со средним уровнем дохода достигнет 4,9 миллиарда человек, при этом большая часть роста будет приходиться на Китайскую Народную Республику (КНР). Предполагается, что это окажет положительное влияние на туристический сектор в будущем, учитывая высокую склонность к путешествиям и увеличение располагаемого дохода такой группы населения. Кроме того, технически подкованные и технологически ориентированные возрастные группы, такие как миллениалы (также известные как поколение Y¹⁴) и поколение Z, имеют особые потребности в общении, потреблении и туризме. Ожидается, что к 2028 году эта группа будет составлять 50% всех путешественников.¹⁵

¹² Приключенческий туризм направлен на более глубокое понимание турдестинации, тесно связанное с его культурой, людьми и историей. Путешественник обычно смешивается с местными жителями (другом, хозяином жилья и т.д.), которые подскажут, как лучше всего познакомиться с посещаемым местом. Приключенческий туризм, как правило, сосредоточен на путешествии, которое является вдохновляющим, персонализированным и/или ведет к самопознанию.

¹³ Центр развития ОЭСР, «Перспективный средний класс в развивающихся странах», 2010 г.

¹⁴ Поколение X – поколение, родившееся в период с 1965 по 1980 гг. и в настоящее время находящееся в возрасте от 41 до 55 лет. Поколение Y или миллениалы родились в период с 1981 по 1996 гг. В настоящее время им от 26 до 40 лет. Поколение Y.1 соответствует людям в возрасте от 25 до 29 лет, поколение Y.2 – людям в возрасте 29-39 лет. Поколение Z – это новейшее поколение, соответствующее людям, родившимся между 1995 и 2015 гг. В настоящее время им от 5 до 25 лет.

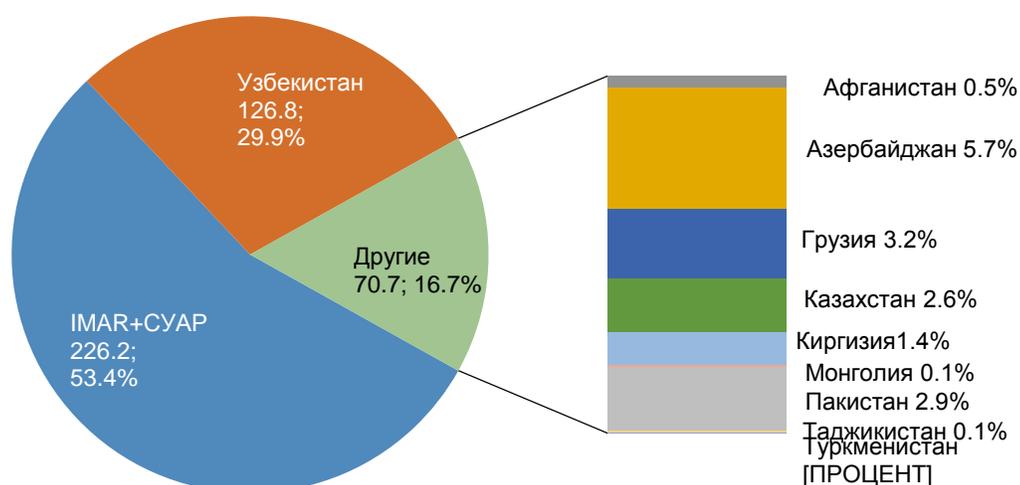
¹⁵ Источник: Horwath HTL. На рисунке предполагается, что уровни 2019 года будут достигнуты в течение 3-летнего периода после пандемии.

III. ТУРИЗМ В РЕГИОНЕ ЦАРЭС

А. Внутренний, въездной и выездной туризм¹⁶

10. Туризм в регионе ЦАРЭС представлен, в основном, внутренним туризмом, за которым следуют туристы из соседних стран¹⁷ и, наконец, с географически удаленных рынков. В 2019 году регион посетили 424 миллиона внутренних туристов, в основном в Узбекистане (29,9%) и двух провинциях Китайской Народной Республики (КНР) – автономном районе Внутренняя Монголия и Синьцзян-Уйгурском автономном районе (53,4%) (Рисунок 1).

Рисунок 1 - Распределение внутренних туристов в странах ЦАРЭС (2019 г .; млн поездок;%)



Источник: данные за 2019 год с использованием данных ЮНВТО, Всемирного банка (2020), Статистического бюллетеня АРВМ и Статистического бюро СУАР (2020), Министерства окружающей среды и туризма Монголии (2020). АРВМ – Автономный регион Внутренняя Монголия; СУАР – Синьцзян-Уйгурский автономный район.

11. В 2019 году регион отправил 70 миллионов выезжающих туристов, но принял только 41 миллион туристов. Международный туризм в регионе (как въездной, так и выездной) сильно сконцентрирован в соседних странах, особенно в Российской Федерации. Более трех четвертей от общего числа прибывших из-за рубежа сосредоточены в четырех странах: Казахстане (23,6%), Кыргызской Республике (20,2%),

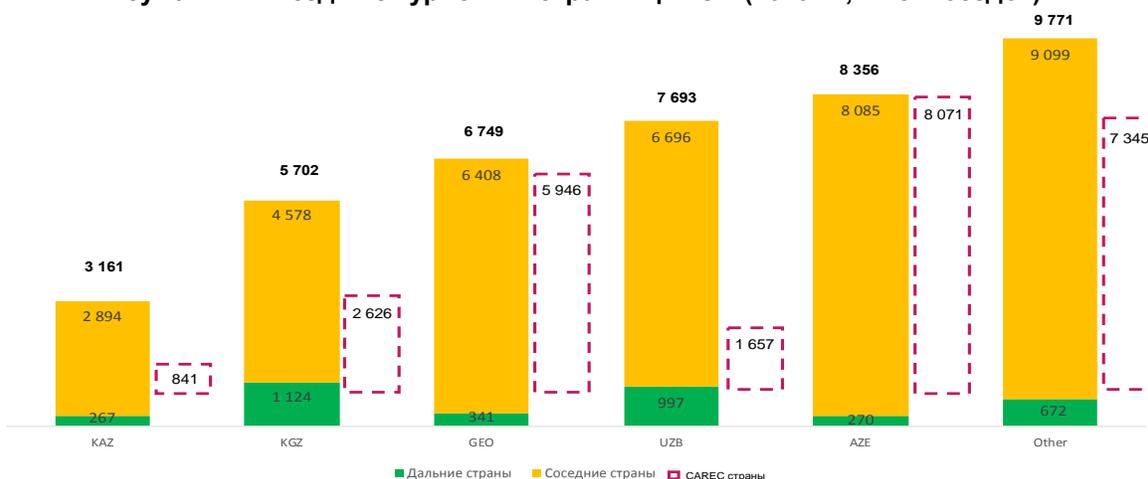
¹⁶ Согласно Международным рекомендациям по статистике туризма (МРСТ) ЮНВТО 2008 года, внутренний туризм включает в себя связанную с туризмом деятельность резидента в своей стране; въездной туризм – это связанная с туризмом деятельность в стране, совершаемая посетителями, не являющимися ее жителями; выездной туризм – связанная с туризмом деятельность жителей за пределами своей страны. Страна выдает выезжающих туристов и принимает прибывающих туристов. К прибывающим посетителям (прибытия) относятся как туристы, остающиеся в месте прибытия с ночевкой, так и туристы, покидающие место посещения в день прибытия (экскурсанты).

¹⁷ Соседней страной считается та страна, которая находится менее чем в 3 часах полета от каждой страны ЦАРЭС. Сюда входят другие страны ЦАРЭС, если они соответствуют критериям 3-часового полета.

Грузии (18,6%) и Узбекистане (16,3%). Из общего числа прибывающих туристов 91% прибывают из соседних стран, из которых две трети от общего числа прибывают из других стран ЦАРЭС (Рисунок 2).

12. Выездной туризм менее сконцентрирован, чем въездной, тем не менее, туристы из четырех стран ЦАРЭС составляют две трети от общего числа: КНР (23,3%),¹⁸ Узбекистана (17,9%), Казахстана (15,6%) и Азербайджана (10,2%). Из общего числа выезжающих туристов 83% едут в соседние страны, хотя только половина из них едет в другие страны ЦАРЭС (Рисунок 3). Однако между странами есть некоторые заметные различия. Например, почти все выезжающие из Узбекистана туристы едут в другие страны ЦАРЭС, в то время как в случае Пакистана только 4,5% путешествуют в пределах региона ЦАРЭС. К другим основным направлениям выезжающих туристов относятся Российская

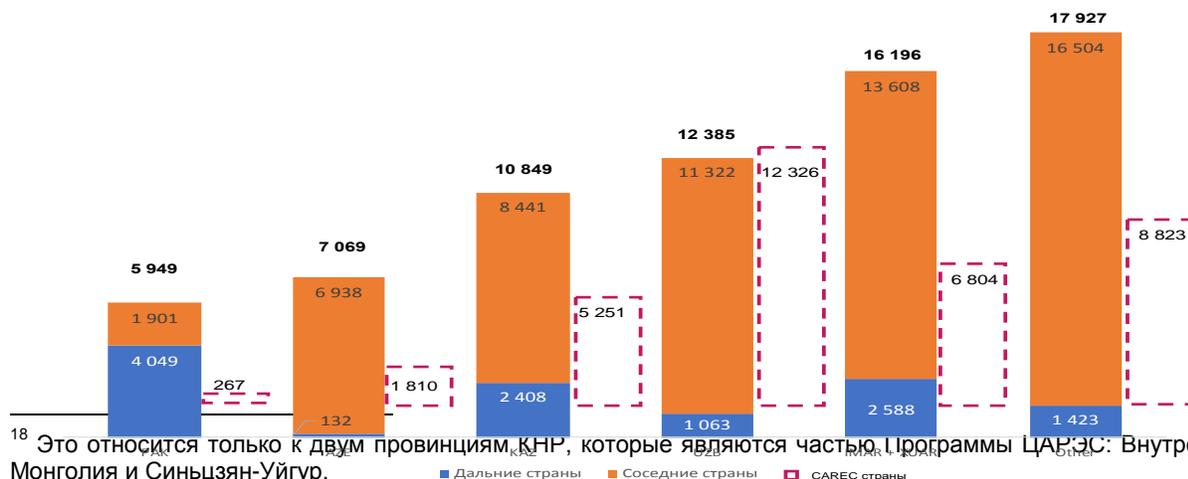
Рисунок 2 – Въездные туристы в страны ЦАРЭС (2019 г. ; тыс. поездок)



Федерация, Турция, Иран и Республика Корея.

Источник: данные за 2019 год с использованием данных ЮНВТО, Всемирного банка (2020), Статистического бюллетеня АРВМ и Статистического бюро СУАР (2020), Министерства окружающей среды и туризма Монголии (2020). АЗЕ – Азербайджан; ГРУ – Грузия; КАЗ – Казахстан; КЫР – Кыргызская Республика; УЗБ – Узбекистан.

Рисунок 3 – Выездные туристы из стран ЦАРЭС (2019 г. ; тыс. поездок)



¹⁸ Это относится только к двум провинциям КНР, которые являются частью Программы ЦАРЭС: Внутренняя Монголия и Синьцзян-Уйгур.

Источник: данные за 2019 год с использованием данных ЮНВТО, Всемирного банка (2020), Статистического бюллетеня АРВМ и Статистического бюро СУАР (2020), Министерства окружающей среды и туризма Монголии (2020). АЗЕ – Азербайджан; АРВМ – Автономный регион Внутренняя Монголия; КАЗ – Казахстан; ПАК – Пакистан; УЗБ – Узбекистан; СУАР – Синьцзян-Уйгурский автономный район.

13. Мотивы путешествий в странах ЦАРЭС (Таблица 1) существенно различаются между внутренними туристами и туристами из соседних стран и отдаленных рынков. Внутренние туристы и туристы из соседних стран путешествуют в основном с деловыми целями и для посещения друзей и родственников (ВГДР), в то время как иностранных туристов из дальних стран, как правило, мотивируют культурой и религией, а затем природой, приключениями и бизнесом.

Таблица 1 – Основные мотивы для поездки в страны ЦАРЭС

Сегмент рынка, 2019	Прибывающие туристы		
	Внутренние	Из соседних стран	Отдаленные рынки
Деловой/ВСКМ-туризм	20,94%	23,52%	16,63%
Посещение друзей и родственников (ВГДР)	20,01%	20,85%	7,40%
Природа/ спорт/ приключения	13,10%	16,17%	26,95%
Культура/религия	13,63%	15,82%	32,80%
Отдых/ Солнце и пляж	17,01%	14,88%	7,91%
Туры выходного дня	15,31%	8,76%	8,31%

Источник: Опрос туроператоров в рамках АБР TA-9776-REG: Устойчивое развитие туризма в регионе ЦАРЭС.

Б. Вклад туризма в валовой внутренний продукт (ВВП) и конкурентоспособность

14. Воздействие туризма на ВВП зависит от количества туристов, их расходов и добавленной стоимости, создаваемой этими расходами.¹⁹ На Рисунке 4 показано международное конкурентное позиционирование стран ЦАРЭС. Вертикальная ось представляет собой оценку Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума (ВЭФ) со средним мировым значением 3,87. Средний балл стран ЦАРЭС составляет 3,66, от 3,1 в Пакистане до 4,88 в КНР.²⁰ Горизонтальная ось соответствует прямому вкладу туристического сектора в ВВП каждой страны со средним мировым показателем 4,3%. На международном уровне, по сравнению с аналогичными странами,²¹ туристические секторы стран ЦАРЭС, как правило, имеют более низкий прямой вклад в их соответствующий ВВП: от 9,4% в Грузии до 0,1% в Туркменистане.²² С точки зрения распределения доходов от туристического сектора также есть заметные различия: высокие ассигнования в Пакистане (63,7%),²³ средние ассигнования в Азербайджане (36,9%) и Узбекистане (54,1%) и низкие ассигнования в двух провинциях КНР (около 20%) и Кыргызской Республике (15,7%).

15. Страны могут усилить прямое воздействие туризма на ВВП с помощью двух различных стратегий: (i) стратегия, основанная на объеме (т.е. массовый туризм с небольшими затратами и присвоением добавленной стоимости), или (ii) стратегия высокой стоимости (т.е. низкий объем туризма, но высокие расходы и присвоение добавленной стоимости). Хотя эффект для ВВП, полученный от обеих стратегий, может быть одинаковым, его влияние на социальную и экологическую устойчивость совершенно разное, поскольку большее количество туристов, как правило, вызывает более серьезные социальные и экологические негативные внешние воздействия. Таким образом, хорошо продуманные стратегии туризма обеспечивают хороший баланс между объемом туристов, расходами на одного туриста, присвоением добавленной стоимости и устойчивостью с социальной и экологической точек зрения.

Рисунок 4 – Конкурентоспособность путешествий и туризма и прямой вклад в ВВП



¹⁹ Это относится к тому, какая часть каждого доллара, потраченного туристами (внутренними и иностранными) в стране, вносит непосредственный вклад в ВВП за счет национальной добавленной стоимости. Страны с высоким процентом национальной добавленной стоимости в уровнях расходов имеют большее присвоение стоимости в точке создания стоимости, чем страны с низким уровнем добавленной стоимости от доходов от туризма.

²⁰ Показатели индекса конкурентоспособности путешествий и туризма недоступны для Афганистана, Туркменистана и Узбекистана.

²¹ Примеры: Филиппины, Сенегал, Камбоджа, Египет, Алжир, Марокко, Руанда, Кот-д'Ивуар, Гватемала, Колумбия, Коста-Рика и др. Основными причинами выбора этих стран являются размер их экономики, уровень развития индустрии туризма и предлагаемых туристических продуктов.

²² Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума (ВЭФ), 2019 г.; ВСПТ (данные за 2018 г.); и Всемирный банк. По Туркменистану и Афганистану данные были оценены группой технической помощи.

²³ Ассигнования измеряются как соотношение между прямым вкладом туризма в ВВП (числитель) и доходами от туризма (знаменатель). Средний мировой показатель составляет 58,8%.

Источник: Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума (ВЭФ), 2019 г.; ВСПТ (данные за 2018 г.); и Всемирный банк.

16. Туризм считается приоритетным сектором в стратегиях и планах стран ЦАРЭС. Однако текущий уровень глобальной конкурентоспособности²⁴ их туристических секторов довольно низок.²⁵ Несмотря на то, что страны ЦАРЭС получают высокие оценки привлекательности своих природных и культурных ценностей, они демонстрируют очень скромный результат по другим важным параметрам, таким как инфраструктура транспорта и туристических услуг. Таким образом, решение этих проблем является ключом к повышению общего количества посещений и расходов. Укрепление цепочки добавленной стоимости в туризме за счет улучшения ассортимента и качества туристических услуг и увеличения участия местных малых и средних предприятий и частного сектора позволит улучшить распределение доходов от туризма на национальном уровне.

В. Потенциал региона ЦАРЭС для привлечения основных туристических сегментов

17. ЦАРЭС – это неоднородный регион с богатой историей и культурой территориями и маршрутами, а также природными богатствами, пересекающими национальные границы. Набор столиц и важных мегаполисов в регионе представляет собой богатую и неизведанную сеть городов, способных предоставить уникальные впечатления, обслуживающие различные туристические сегменты, такие как бизнес, культура, природа и приключения, отдых в формате «солнце и пляж», а также здоровье и красота и другие. Кроме того, внутренние выходные дни имеют решающее значение для устойчивого развития туризма, особенно с учетом проблем, с которыми сталкивается туристическая индустрия из-за текущей вспышки COVID-19. Граждане, уезжающие на выходные дни в пределах страны, могут помочь сгладить сезонную кривую, создавая круглогодичный бизнес для туристических объектов и связанных с ними МСП, одновременно являясь движущей силой внутреннего туризма в регионе, где большинство населения проживает в городских районах. Таким образом, страны ЦАРЭС могут также обслуживать этот сегмент рынка посредством 2-3-дневных поездок по крупным городам с мероприятиями, в рамках которых семьи или группы лиц вовлекаются в различные виды деятельности (например, приключения, религия, культура, природа, покупки и т.д.).

18. **ВСКМ-туризм (встречи, поощрительные туры, конференции и выставки):** регион ЦАРЭС расположен между Европой, Северо-Восточной Азией и Ближним Востоком, которые входят в число крупнейших экономических регионов, привлекая более 11 миллионов авиаперелетов в год.²⁶

²⁴ Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума используется для измерения международной конкурентоспособности туристического сектора страны и может использоваться как: (i) индикатор эффективности процессов планирования в странах; (ii) руководство по ключевым вопросам и областям, которые необходимо решить; и (iii) средства определения приоритетности использования ограниченных ресурсов для максимизации выгод.

²⁵ КНР в целом имеет высокую международную конкурентоспособность. Однако две провинции ЦАРЭС, похоже, отстают от национальных результатов и, следовательно, больше соответствуют реальности в остальных странах ЦАРЭС.

²⁶ JCF Strategy Consulting.

На международном уровне городские и деловые поездки составляют 27,6% от общего числа выездных поездок в мире.²⁷ Несколько столиц или крупных городов (например, Тбилиси, Баку, Ташкент, Исламабад, Бишкек, Алматы, Урумчи, Хух-Хото, Карачи) в регионе ЦАРЭС предлагают уникальный потенциал круглогодичного²⁸ отдыха выходного дня и деловых возможностей. Другие города предлагают хороший потенциал на период неполного года, например, Лахор, Кашгар, Нур-Султан, Чолпон-Ата и Батуми. Однако в настоящее время менее 1% международных встреч²⁹ проходит в регионе ЦАРЭС. В основном это связано с ограниченным воздушным сообщением между странами ЦАРЭС и международными рынками, а также сложными визовыми режимами и требованиями въезда в регион. В настоящее время менее половины всех пар стран в ЦАРЭС обслуживаются прямыми рейсами, а частота рейсов в целом низкая.³⁰

19. Деловые клиенты ищут индивидуальное обслуживание, безопасный и удобный транспорт, чистые и комфортабельные номера, хорошее питание и места для встреч. С развитием коммуникационных технологий деловые мероприятия становятся гибридными, сочетающими традиционный аспект физического присутствия участников с удаленным участием и презентациями в режиме он-лайн. Таким образом, необходимы современные технологии и высокоскоростной Интернет. Странам ЦАРЭС необходимо дальнейшее повышение качества этих связанных с туризмом услуг, чтобы еще больше раскрыть потенциал ВСКМ-туризма в регионе.

20. Встречи малого/среднего уровня и съезды могут быть основным сектором, в котором страны ЦАРЭС могли бы соревноваться, учитывая, что было бы сложно отвлечь крупномасштабные мероприятия от крупных столиц Европы, Восточной Азии и Америки. Мероприятия в ЦАРЭС должны быть как можно менее стандартизованными, интеллектуально и эмоционально вовлекая деловых путешественников и связывая цель мероприятия с местным сообществом, культурными традициями и кухней.³¹ Привлекательность менее известных и второстепенных городов в странах ЦАРЭС можно повысить за счет предоставления скидов и рекламных тарифов для привлечения покупателей ВСКМ-туризма. С точки зрения продвижения и развития бизнеса, можно было бы привлекать посредников³² индустрии ВСКМ и посещать специализированные выставки этого сегмента отрасли.

21. **Природа и приключения.** В 2016 году мировой рынок приключенческого туризма оценивался в 445 миллионов долларов США³³ и рос со скоростью 17,6% в год. Ожидается, что к 2023 году легкие приключения, крупнейший сегмент рынка, будут составлять 62,4% от общего рынка.³⁴ Несмотря на ситуацию с COVID-19, участники

²⁷ ЮНВТО и ИРК. Анализ JCF Strategy Consulting.

²⁸ Вышеупомянутые города обладают уникальной особенностью, позволяющей осуществлять многосезонный городской туризм с привлекательностью их соответствующих окраин, что приведет к более высокой заполняемости отелей и курортов. Другие крупные города региона подходят только для городского туризма, остановок в пути или мероприятий, дополняющих деловые поездки 9 из 12 месяцев в году.

²⁹ Международная ассоциация конгрессов и съездов.

³⁰ ЦАРЭС. 2018. Авиация и роль ЦАРЭС: Предварительное исследование. Манила

³¹ Например, путешествие по шелковому пути, путешествие на машине, проживание в юрте, знакомство с конной культурой, дегустация уникальных местных блюд и т. д.

³² Европейская федерация ассоциаций профессиональных организаторов конгрессов, Международная ассоциация профессиональных организаторов конгрессов, Международная ассоциация конгрессов и съездов, Совет индустрии совместных встреч, Общество менеджеров по стимулированию и организации поездок и т. д.

³³ Торговая ассоциация приключенческого туризма (АТТА).

³⁴ Легкие приключения относятся к деятельности с низким уровнем риска, требующим небольшого опыта или навыков, таким, как наблюдение за птицами, рыбалка, охота, участие в исследовательской экспедиции или

приключенческого туризма обладают устойчивой мотивацией, они менее чувствительны, чем другие сегменты, к санитарным вопросам и обычно едут в отдаленные районы. Следовательно, их спрос, вероятно, восстановится быстрее, чем в других сегментах. Путешественники, ищущие приключения, все чаще стремятся наладить персональную связь с местными жителями, дружно общаясь друг с другом, чтобы поделиться опытом. Среди приключенческих туристов одиночные путешественники составляют относительно небольшую группу, являются важной целью для туроператоров, поскольку их расходы, как правило, выше, как и маржа.

22. Разнообразие видов природных богатств в регионе ЦАРЭС предлагают потенциал для природного туризма (приключенческий, спортивный, экологический туризм) через горные хребты, прибрежные районы, пустыни, озера, реки, природные парки и охраняемые территории на круглогодичной основе. Развитие природного туризма в регионе включает в себя инициативы общинного туризма (ОТ), которые позволяют туристам взаимодействовать с местными жителями и дают самобытный и уникальный туристический опыт (например, программы развития навыков общин в сохранении туристических объектов, работе в качестве гидов, обучении иностранным языкам и т.д.).

23. Кроме того, регион обладает уникальным потенциалом для горнолыжного и зимнего туризма, который можно сочетать с поездками по городу вокруг основных авиаузлов (например, Алматы, Баку, Бишкек, Ташкент, Исламабад) и других уникальных областей, таких как Северная Грузия, Алтай, Афганистан, Каракол, Памир, Каракорум, Хайбер-Пахтунхва и Ваханский коридор. Катание на лыжах, в основном базируясь на внутренних рынках, дополняется прибытиями из соседних стран. Страны ЦАРЭС должны сосредоточиться на формировании лыжной культуры среди своей национальной туристической аудитории, одновременно стремясь привлечь клиентов из соседних стран и рынков с высокими национальными показателями участия в лыжном спорте (например, Латвии, Польши, Словакии, Чехии). Для этого потребуются инвестиции в специализированную современную инфраструктуру и дополнительные услуги.

24. **Культура³⁵ и религия.** Шелковый путь – самый важный туристический объект, связывающий страны в регионе ЦАРЭС. Это – самая протяженная в мире сеть культурных маршрутов, соединяющая Азию и Европу с сотнями исторических зданий и памятников, караван-сараями, портами и городами, связывающая религии, культуру, идеи, знания, торговлю и бизнес. В 2018 году общее количество международных туристов, определивших культуру в качестве основной мотивации путешествий, составило 170 миллионов (14% от общего числа международных прибытий), а 396 миллионов (32,8%) считали культурные мероприятия частью своей поездки.³⁶ Среднегодовые темпы роста этого сегмента в период с 2014 по 2018 год составили 4,5%

сафари и т. д. С другой стороны, тяжелое приключение относится к деятельности, сопряженной с высоким риском требующей более высокого уровня навыков, например спелеология, скалолазание, походы, верховая езда, каякинг, парусный спорт, подводное плавание с аквалангом, снорклинг, катание на лыжах и сноуборде, серфинг и трекинг, в числе прочего.

³⁵ Согласно ЮНВТО, культурный туризм определяется как «тип туризма, в котором основной мотивацией посетителя является изучение, открытие, испытание и потребление материальных и нематериальных культурных достопримечательностей/продуктов в туристическом направлении». Эти достопримечательности/продукты относятся к набору отличительных материальных, интеллектуальных, духовных и эмоциональных характеристик общества, которое включает искусство и архитектуру, историческое и культурное наследие, кулинарное наследие, литературу, музыку, творческие индустрии и живые культуры с их образом жизни, системами ценностей, верованиями и традициями».

³⁶ Всемирная туристская организация ООН (2018 г.), Синергия туризма и культуры, ЮНВТО Мадрид; Анализ JCF Strategy Consulting.

по сравнению с 3,8% от общего числа международных прибытий в мире. Таким образом, можно сделать вывод, что интерес клиентов к культурному туризму до вспышки COVID-19 рос быстрее, чем сектор в целом.

25. Культурное наследие стран ЦАРЭС отражает наследие Шелкового пути и других значимых исторических элементов и фигур (например, Александра Великого, индоисламская и могольская архитектура, буддийское наследие,³⁷ некоторые из самых древних христианских наследий в мире в Грузии, и Каракол как многоконфессиональный центр в Кыргызской Республике). Все это богатое наследие предоставляет уникальные потенциальные возможности для культурных базовых цепей, связывающих различные страны ЦАРЭС. Более того, регион ЦАРЭС глубоко укоренился в исламской культуре. В 2019 году рынок исламского туризма оценивается в 175 миллиардов долларов США³⁸ (без учета хаджа и умры³⁹), из которых на Центральную Азию приходится лишь небольшая доля – 7%, в основном сосредоточенная в Узбекистане и Азербайджане. Этот рынок рос в среднем на 8,3% с 2016 года и ожидается, что в следующем десятилетии темпы роста мирового туристического сектора опередят темпы роста.⁴⁰

26. Существующие культурные связи между странами ЦАРЭС следует и дальше развивать, чтобы укрепить региональный культурный имидж и стимулировать посещения различных стран. Нематериальные культурные аспекты, такие как местный образ жизни и традиции, должны быть оценены с целью создания самобытного опыта взаимодействия туристов и жителей (например, кулинарные курсы, опыт проживания в юртах, кочевой образ жизни и т.д.). Местные туроператоры и туристические агентства играют ключевую роль в развитии этого туристического сегмента, особенно в странах ЦАРЭС, где многие туристические достопримечательности труднодоступны, связь с местным населением может быть затруднена, стандарты различных средств размещения низкие и важно управление ожиданиями посетителей. Как и в сегменте рынка приключения и природы, такие инициативы ОТ как улучшение навыков местных общин в качестве гидов и для сохранения туристических объектов будет иметь ключевое значение для усиления впечатлений туристов, повышения степени их удовлетворенности и, в конечном итоге, увеличения их расходов.

27. **Солнце и пляж.** Отдых и рекреация – это, безусловно, крупнейший сегмент туристического рынка в мире, на который в 2019 году приходилось 818 миллионов выездных международных поездок или 56% от общего числа международных поездок.⁴¹ Направлениям и объектам в этом сегменте необходимо иметь возможность постоянно обновлять свои продукты, чтобы не терять клиентуру и достичь стратегического

³⁷ Распространено в Пакистане, Синьцзян-Уйгурском автономном районе, Афганистане, Туркменистане, Таджикистане, Узбекистане, Кыргызской Республике, Казахстане и Монголии. В Пакистане есть 8 важных монастырей: Ступа Дхармараджика, Джаулиан, Джиннан Вали Дери, Калаван, Ступа Кунала, Мохра Мураду, Патан Минара и Савал Джер.

³⁸ Центр статистических, экономических и социальных исследований и обучения для исламских стран (SESRIC).

³⁹ Хадж и Умра – это исламские паломничества. Хадж – один из пяти столпов ислама и обязанность каждого мусульманина, находящегося в хорошей физической форме и обладающего финансовой возможностью, посетить Мекку. Хадж совершается в определенные дни в течение определенного исламского месяца. Однако умру можно совершать в любое время. Хотя у них общие обряды, умру можно совершить менее чем за несколько часов, в то время как хадж требует больше времени и предполагает совершение больше ритуалов.

⁴⁰ Центр статистических, экономических и социальных исследований и обучения для исламских стран (SESRIC).

⁴¹ Всемирная туристская организация ООН.

позиционирования и дифференциации. Спрос в этом сегменте зрелый, требует качества и имеет относительно высокую эластичность как по цене, так и по времени для достижения пункта назначения. Возросшая конкуренция, связанная с бумом новых бизнес-моделей посредничества, в целом привела к снижению нормы прибыли в цепочке создания стоимости пляжного туризма.

28. В регионе ЦАРЭС Черное побережье Грузии, Каспийское море, озеро Иссык-Куль и южное побережье Пакистана являются наиболее значимыми туристическими активами для этого сегмента. Посетители сегмента «солнце и пляж» более склонны к риску, чем другие клиенты. Следовательно, для смягчения воздействия COVID-19 в этом туристическом сегменте можно разработать и сертифицировать марку, гарантирующую гигиену объектов на региональном уровне в регионе ЦАРЭС, создавая синергию и взаимное посещение стран и используя имидж малолюдных и экзотических направлений. Новые набережные в Азии и на Ближнем Востоке все чаще считаются популярными и модным, однако бум в таких направлениях связан с развитостью сети воздушного транспорта и качеством услуг. Таким образом, наличие рейсов по разумным ценам, а также присутствие известных брендов размещения, обеспечивающих высокие стандарты обслуживания, следует рассматривать как ключевые предпосылки успеха для направлений, обслуживающих этот сегмент в регионе.

29. **Оздоровительный и wellness-туризм.** По данным Global Wellness Institute (GWI), оздоровительный туризм составляет 14,8% мировой оздоровительной индустрии, и с 2015 по 2017 год он рос в среднем на 6,5%. В 2017 году количество оздоровительных туристических поездок составило 830 миллионов, что принесло 639 миллиардов долларов. по всему миру (770 долларов за поездку). Клиенты wellness-туризма ищут индивидуальность и самобытность. Таким образом, дестинации, чтобы успешно конкурировать, должны разрабатывать продукты, ориентированные на собственные традиции оздоровления и типичные продукты. У ЦАРЭС есть потенциал для продвижения себя как направления «свежий воздух» и «открытые пространства», особенно в тех странах происхождения туристов, где перенаселенность и загрязнение воздуха являются серьезными проблемами. В жилых и транспортных помещениях должны применяться строгие гигиенические стандарты, чтобы продвигать ЦАРЭС как дестинацию с высокими санитарными правилами. Это будет особенно важно в период после COVID-19. Следует создавать эксклюзивные услуги, обучать персонал и структурировать объекты для разработки дополнительных предложений для туристов, приезжающих в регион для других целей, таких как бизнес и приключения.

Г. Национальные приоритеты туризма и необходимость в региональной стратегии развития отрасли

30. В последние годы все страны ЦАРЭС разработали национальные стратегии и планы в области туризма, которые будут направлять развитие своих туристических секторов. Видение и цели, изложенные в национальных туристических стратегиях стран, имеют общие черты, такие как повышенное внимание к устойчивости, сохранению природных и культурных ресурсов, а также повышению международной конкурентоспособности и инновациям в туристическом секторе. Их основные цели – способствовать экономическому росту, создавать рабочие места и улучшать качество жизни своих граждан.

31. Большинство стран ЦАРЭС фокусируют свои значимые национальные стратегии на следующих приоритетах: (i) устойчивое развитие туристических активов через

ответственное планирование и управление, а также надежную экологическую и социальную защиту; (ii) улучшение институциональных структур и управления туризмом; (iii) снижение сезонных эффектов; (iv) улучшение воздушной и наземной связи и доступности; (v) эффективный брендинг и продвижение туризма на международных рынках; (vi) улучшение туристической инфраструктуры и туристических услуг и стандартов качества; (vii) цифровизация сектора; и (viii) привлечение инвестиций частного сектора и развитие государственно-частного партнерства. Краткое изложение национальных стратегий стран изложено в Приложении I.

32. Хотя отдельные страны ЦАРЭС обладают выдающимися ресурсами для развития своих туристических секторов, их потенциал может быть значительно увеличен за счет расширения сотрудничества. Сотрудничество по визовым и трансграничным соглашениям может облегчить поездки между странами ЦАРЭС и перемещение людей и товаров через границы, принося большую взаимную выгоду для каждой из стран. Согласование систем образования и обучения в туризме и операционных стандартов туристических услуг может обеспечить необходимое количество квалифицированного персонала и помочь устранить пробелы в предложении и спросе на региональном рынке. Совместные исследования рынка, общие статистические системы и совместная маркетинговая деятельность могут привести к лучшему пониманию потребностей посетителей и большей индивидуализации услуг, что приведет к увеличению туристических потоков в регионе.

33. В целом, региональное сотрудничество в области туризма предоставляет больше возможностей для экономии за счет масштаба, снижения затрат и оптимизации ресурсов, а также может способствовать развитию конкурентоспособных и устойчивых круглогодичных направлений. Принятие такого регионального подхода к получению доходов от туризма особенно важно с учетом неблагоприятных последствий пандемии COVID-19 для туристических секторов стран и значительных ресурсов и инвестиций, которые потребуются в рамках процесса восстановления.

IV. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЦАРЭС НА ПЕРИОД ДО 2030 ГОДА

А. Видение

34. Предлагаемое видение туристического региона ЦАРЭС: *«Устойчивый, безопасный, легкодоступный и хорошо известный туристический регион, предлагающий разнообразие уникальных круглогодичных качественных впечатлений посетителям вдоль Шелкового пути и широко распределяющий выгоду среди своих сообществ».*

Б. Руководящие принципы

35. Следующие руководящие принципы будут лежать в основе разработки всеобъемлющих и эффективных региональных программ туризма и развития сотрудничества в этой области в регионе:

- **Приоритет качества над количеством.** Традиционно стратегии и мероприятия в области туризма были ориентированы на увеличение числа посетителей для ускорения экономического роста. Однако огромный приток туристов может стать серьезным бременем для стран, особенно для тех, у которых нет необходимой инфраструктуры и возможностей для эффективного управления им. Это может иметь пагубные социальные и экологические последствия и негативно повлиять на посетителей. Таким образом, будет уделено особое внимание обеспечению правильного баланса между развитием туристических активов в регионе ЦАРЭС для привлечения посетителей и сохранением социальных, культурных и экологических ценностей туристических территорий, которые будут развиваться. Улучшение воспринимаемого качества предоставления туристических услуг и повышение потенциала и осведомленности стран ЦАРЭС об использовании и интеграции устойчивых практик в туристические программы и проекты являются ключевыми для этой цели.
- **Адаптация к мировым тенденциям и повышение устойчивости.** Стратегия ЦАРЭС в области туризма 2030 будет согласована с национальными приоритетами отрасли и будет способствовать продвижению уникальности туристических продуктов каждой страны, уделяя особое внимание созданию регионального синергизма для эффективного реагирования и адаптации к новым глобальным тенденциям. Укрепление сотрудничества между странами для создания безопасных туристических коридоров, обеспечивающих беспрепятственный и безопасный поток туристов через регион и в отдаленные рынки, разработка общих протоколов и стандартов в области здравоохранения и безопасности туризма, наращивание потенциала заинтересованных сторон в сфере туризма, увеличение участия частного сектора и его ведущей роли в инициативах по развитию туризма, а также реализация совместных инициатив по продвижению туризма являются ключевыми элементами повышения устойчивости туристического сектора стран в будущем.
- **Уменьшение регионального дисбаланса и расширение возможностей местных сообществ.** Во всех странах ЦАРЭС многие из туристических объектов региона интегрированы в сельской среде. Стратегия ЦАРЭС в области туризма до 2030 года

будет способствовать преодолению разрыва в региональном неравенстве путем стимулирования устойчивого роста туризма как в городских, так и в сельских районах и предоставления возможностей для процветания местных сообществ. Будет поощряться гендерное равенство за счет создания рабочих мест и возможностей получения дохода для малых и средних предприятий и предпринимателей в частном секторе, включая женщин и молодежь.

- **Продвижение многосезонного туризма за счет диверсификации продуктов.** Основываясь на своих ресурсах, регион ЦАРЭС может обслуживать различные туристические сегменты: приключенческий туризм, экотуризм, культурный туризм, религиозный туризм, рекреационный туризм, а также деловой и городской туризм. В рамках Стратегии развития туризма ЦАРЭС до 2030 года будут созданы региональные кластеры, сочетающие в себе различные туристические продукты и опыт разных стран, чтобы помочь решить проблему сезонности и предоставить круглогодичные возможности для бизнеса в регионе.
- **Принятие целостного и поэтапного подхода к развитию туристической сети ЦАРЭС.** Стратегия ЦАРЭС в области туризма на период до 2030 года будет направлена на расширение сети туристических маршрутов и постепенное укрепление связей между маршрутами для обеспечения устойчивого и адекватного роста региональных туристических кластеров. Развитие коридоров безопасного передвижения и туристических кластеров будет основываться на существующих маршрутах, таких как транснациональный исторический Шелковый путь, Памирское шоссе, Каракорумское шоссе, тропа Чингисхана и Транссибирская железная дорога. Также будет рассмотрено развитие новых культурных и религиозных маршрутов. Инициативы и проекты по развитию туристических кластеров будут иметь приоритетность на основе потребностей и приоритетов стран с целью получения крупных региональных выгод и привлечения рынков, которые принесут максимальную отдачу. Учитывая многоплановый характер туристического сектора, особое внимание будет уделено обеспечению тесной координации между широким кругом заинтересованных сторон, включая правительственные учреждения, частный сектор, научные круги и гражданское общество.

В. Концепция развития туризма ЦАРЭС и региональные приоритетные кластеры туризма

36. Предлагаемая концепция регионального туризма в рамках ЦАРЭС основана на Шелковом пути как наиболее важном туристическом активе для всего региона и в основе общего регионального туристического зонтичного бренда. Она направлена на максимальное международное признание бренда «Шелковый путь» для дальнейшего развития сегментов туристического рынка, упомянутых в главе III, путем развития региональных приоритетных туристских кластеров. Предлагаются следующие основные маршруты и объездные дороги на Шелковом пути (Рисунок 5):

- **Северный маршрут Шелкового пути:** он соединяет Урумчи, Алматы, Бишкек, Шымкент, Ташкент, Самарканд, Бухару, Мерв, Ашхабад, Туркменбаши, Баку, Тбилиси и Батуми. Для северного маршрута предлагается два объездных пути: один через озеро Иссык-Куль в Ош, Фергану, Худжанд, Самарканд; другой – из Шымкента,

Туркестана, Кызылорды, Арала, Кульсары, Атырау, а затем по морю или воздуху в Баку.

- **Южный маршрут Шелкового пути:** соединяет Хотан, Кашгар, Исламабад, Лахор, Хайдарабад, Карачи и Гвадар. Южный маршрут также имеет два ветви: одна со стороны Кашгара, Сары-Таша, Оша; другая – из Исламабада, Пешавара, Кабула, Герата и Мерва.

37. Кроме того, во внимание принимаются два других важных маршрута, непосредственно связанных с Великим шелковым путем: (i) участок Транссибирской железной дороги и (ii) “Тропа Чингисхана”. Транссибирская магистраль соединяет Северную Монголию с Внутренней Монголией и Северо-Восточную Внутреннюю Монголию с Пекином, который, хотя и не является частью ЦАРЭС, считается основными воротами в регион. Тропа Чингисхана – это впечатления с элементами приключения и культуры между Дэлуун-Болдогом в Хэнтий аймаге (месте, в котором был рожден Чингисхан) и Западным Казахстаном через Улан-Батор (Монголия).

38. Основываясь на региональной значимости, уровнях посещаемости – как внутренних, так и иностранных посетителей из соседних стран и отдаленных рынков – и будущего потенциала развития для привлечения все большего числа туристов, увеличения расходов на одного туриста и увеличения вклада туризма в ВВП страны, семь приоритетных туристических кластеров⁴² были определены в регионе ЦАРЭС (описано в параграфе 39).

39. Вышеупомянутые маршруты включают основные национальные и транснациональные дороги в регионе, связывающие крупные города стран ЦАРЭС и туристические объекты в приоритетных кластерах (см. список областей и городов по каждой группе приоритетных кластеров в Приложении II). Каждый приоритетный кластер имеет как минимум авиаузел, расположенный в крупном городе, который в состоянии обслуживать весь кластер и связывать туристические активы в рамках такого кластера с помощью различных вариантов мультимодальных перевозок. Ниже приведены семь приоритетных кластерных групп:

- **Каспий:** он охватывает четыре страны – Грузию, Азербайджан, Казахстан и Туркменистан, связанные воздушным и морским транспортом. Этот кластер ориентирован на приключенческий, городской, деловой, культурный и пляжный туризм.
- **Сердце Центральной Азии:** маршрут в 650 км, охватывающий шесть стран – Узбекистан, Казахстан, Кыргызскую Республику, Туркменистан, Таджикистан и Афганистан, ориентирован на такие сегменты туризма, как культурный, приключенческий, городской и бизнес-туризм.

⁴² Кластер состоит из организованного набора туристических объектов на небольшом пространственном расстоянии, объединяющего серию туристических мероприятий, которые могут варьироваться от однодневных до более длительных периодов времени. Картирование 1447 туристических объектов в регионе было выполнено в период с марта по июнь 2020 года. Эти объекты были первоначально сгруппированы в 49 небольших кластеров и оценены с точки зрения уровня посещаемости, региональной значимости (приоритет был отдан кластерам, охватывающим более одной страны и/или кластерам одной страны с важными вторичными эффектами для других стран ЦАРЭС либо за счет улучшения имиджа региона, потенциала основных сегментов рынка, на которые обращается кластер, и/или потенциала для создания туристических потоков в другие страны ЦАРЭС) и потенциала будущего развития кластера. На основе оценки 49 малых кластеров были дополнительно сгруппированы в семь более крупных региональных приоритетных кластеров туризма.

- **Алматы-Бишкек:** экономический коридор между Алматы и Бишкеком и территория вокруг гор Тянь-Шаня, включая озеро Иссык-Куль, Алаколь, Илли и Аксу. Он охватывает три страны – Казахстан, Республику Кыргызстан и Северный Синьцзян в КНР, обслуживает сегменты делового, городского, культурного, приключенческого, а также пляжного туризма.
- **Золотое побережье:** расположено на юго-западе Пакистана со строящейся прибрежной зоной, простирающейся примерно на 700 км от Карачи до границы с Ираном на берегу Арабского моря. Оно имеет большой потенциал для пляжного туризма, морских путешествий, приключений, культуры и бизнеса.
- **Каракорум – Вахан:** охватывает восточную часть Афганистана, юго-восточный Таджикистан, северный Пакистан и северо-западный Синьцзян. Этот кластер ориентирован на приключенческий, деловой, городской и культурный сегменты.
- **Алтай:** это территория от Урумчи до Алтайского региона, охватывающая три страны – Монголию, Казахстан и КНР. Маршрут подходит для приключений, экотуризма, бизнеса и культуры.
- **Гоби и пастбища:** это треугольник, простирающийся от Баян-Овоо, Дэлун-Болдога и Улан-Батора (Монголия) до Хух-Хото (Внутренняя Монголия). Основные сегменты туризма – это бизнес, город, культура и приключения.

Рисунок 5 – Концепция развития туризма и кластеры ЦАРЭС



V. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЦАРЭС НА ПЕРИОД ДО 2030 ГОДА

40. Сильные стороны стран ЦАРЭС как туристических направлений складываются из их широкого диапазона нетронутых природных богатств, исторических городов и объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, разнообразия этнических групп и культур, качества размещения в столичных городах и сильной поддержки развития туризма со стороны правительства. Особое значение имеет низкая плотность населения стран, что позволяет продвигать регион как безопасное туристическое направление и ускорять восстановление туристических секторов страны после COVID. Несмотря на текущее замедление темпов роста туризма из-за пандемии COVID-19, растущий интерес путешественников к новым впечатлениям и необычным направлениям, а также использование информационных технологий для доступа к туристической информации и приобретение туристических продуктов и впечатлений будет продолжать играть ключевую роль после возобновления международных поездок. Страны ЦАРЭС могут воспользоваться этими тенденциями, в то же время используя международное признание Шелкового пути путем расширения диапазона основанных на нем маршрутов.

41. Однако несколько факторов представляют собой серьезное препятствие для развития туристического сектора в регионе. Доступ в страны ЦАРЭС и между ними является фундаментальным требованием для национального и регионального туризма. Транспортные средства должны соответствовать международно признанным стандартам и обеспечивать регулярное и надежное обслуживание. Порядок пограничного контроля и визовые требования должны быть удобными для туристов и одинаковыми для разных стран, чтобы облегчить внутрирегиональный туризм и поездки между странами. В настоящее время это не тот случай во всех странах ЦАРЭС. Неудовлетворительное качество туристической инфраструктуры и услуг, нехватка навыков и неблагоприятная бизнес-среда также являются ключевыми факторами, сдерживающими развитие туризма в регионе. Более того, знание рынка стран ЦАРЭС, как правило, низкое, хотя в некоторых случаях оно растет, требуя рекламных мероприятий для повышения осведомленности и интереса к туристическим достопримечательностям стран на региональной основе.

42. Для реализации долгосрочного видения, описанного в главе IV, необходимо разработать стратегические рамки, которые основывались бы на основных сильных сторонах туризма в регионе, устраняли его основные недостатки, отражали основные возможности и были устойчивы к основным угрозам. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT) представлен в **Таблице 1**:

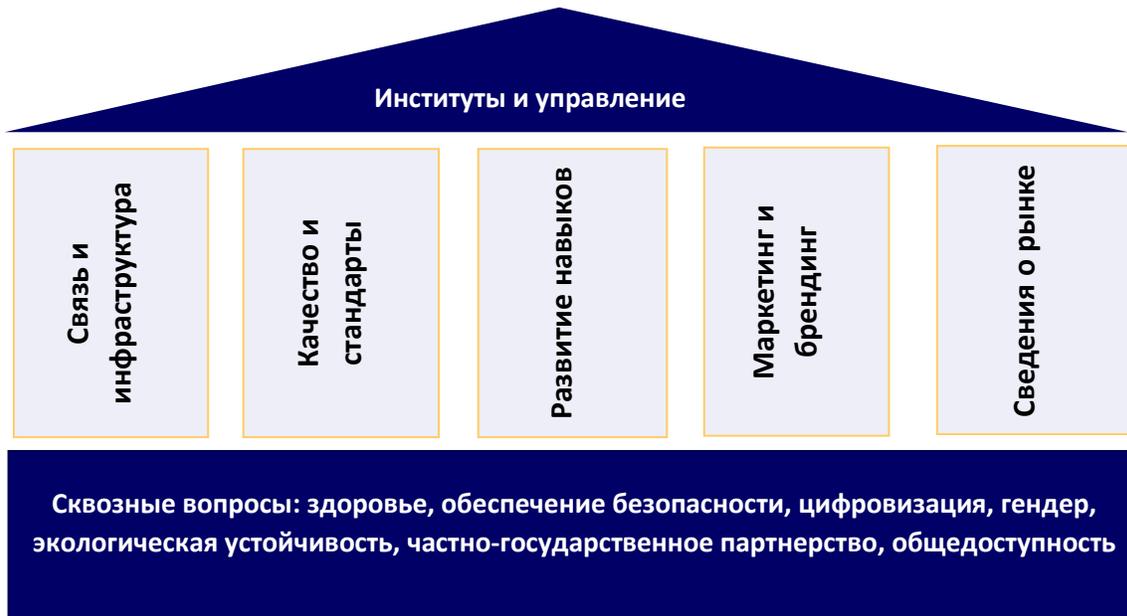
Таблица 2 – Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT)

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none">• Нетронутые природные богатства, уникальное материальное и нематериальное культурное наследие и разнообразие во всех странах ЦАРЭС.• Низкая плотность населения даже в столичных городах, что делает его безопасным туристическим направлением.	<ul style="list-style-type: none">• Высокая стоимость и плохое воздушное сообщение между столицами ЦАРЭС и отдаленными рынками.• Несоответствующая транспортная инфраструктура, придорожная материальная база на туристических маршрутах, доступ к последней миле, туристические услуги и

<ul style="list-style-type: none"> • Разнообразие и уникальность кочевых и оседлых культур во всем регионе, этнические группы и религии. • Исторические города, наследие древних империй и объекты всемирного наследия ЮНЕСКО во всех странах. • Качество размещения и других туристических объектов в столицах. • Неизведанные направления, подходящие для открытий. • Всемирно признанный общий бренд: Silk Road (Шелковый путь). • Местное население очень радушно принимает туристов. • Политическое расположение и поддержка развития туризма со стороны правительства. 	<p>указатели на туристических объектах.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обременительные и трудоемкие процедуры пересечения границы и получения визы (в том числе в аэропортах). • Отсутствие узнаваемости бренда и имиджа, что приводит к недостаточному знанию стран ЦАРЭС и слабому восприятию их как туристических направлений. • Ограниченный потенциал в области практики социальной ответственности и сохранения туристических объектов. • Ограниченный многосезонный опыт разработки продуктов, ориентированных на наиболее привлекательные сегменты рынка. • Языковые барьеры и нехватка квалифицированных рабочих, менеджеров по направлениям и гидов.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Растущий международный интерес и узнаваемость Шелкового пути. • Постоянное расширение международного туризма, особенно быстрорастущих азиатских рынков, и поиск путешественниками новых впечатлений и необычных направлений. • Крупные региональные инфраструктурные проекты, разрабатываемые в регионе. • Продолжающийся рост информационных технологий, позволяющих потенциальным путешественникам собирать информацию и взаимодействовать в цифровом формате с потенциальными поставщиками услуг. • Туризм как отрасль, способная поддержать восстановление экономики после пандемии. • Донорская поддержка прибыльных туристических проектов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Растущие риски для здоровья в мире и геополитические конфликты с серьезными потенциальными последствиями для индустрии путешествий и туризма. • Изменение климата с глобальным потеплением и ухудшением состояния окружающей среды. • Обеспечение безопасности и политическая нестабильность в некоторых странах ЦАРЭС. • Экономический спад на основных туристических рынках. • Стихийные бедствия и техногенные катастрофы.

43. На основе SWOT-анализа Стратегия развития туризма ЦАРЭС 2030 определяет пять ключевых стратегических основ регионального охвата, в которых реализация региональных инициатив и проектов может помочь странам получить социально-экономические выгоды от устойчивого развития туризма (Рисунок 6). К ним относятся (i) развитость сети воздушного транспорта и инфраструктура, (ii) качество и стандарты, (iii) развитие навыков, (iv) маркетинг и брендинг, и (v) сведения о рынке. Межотраслевые темы будут учитываться во всех мероприятиях в рамках пяти стратегических направлений, включая обеспечение безопасности, цифровые технологии, гендер, экологическую устойчивость, участие частного сектора и всеобщий доступ к туристическим услугам. Кроме того, необходимы соответствующие институциональные и управленческие механизмы для обеспечения эффективной реализации, мониторинга и оценки Стратегии развития туризма ЦАРЭС до 2030 года.

Рисунок 6 – Стратегические основы туризма ЦАРЭС



А. Связанность и инфраструктура

44. **Ключевые проблемы.** Воздушное сообщение является ключевым для развития туристического сектора в странах ЦАРЭС, учитывая не имеющий выхода к морю характер региона. Высокие транспортные расходы, ограниченное воздушное сообщение, неудобные пограничные переходы и плохие дорожные условия представляют собой основные препятствия для развития внутрирегионального и международного туризма в регионе ЦАРЭС. Развитие авиационного сектора в странах ЦАРЭС сдерживается высокими наземными расходами, ограниченной конкуренцией и протекционистской авиационной политикой, а также неэффективной нормативно-правовой базой. Трудности с наземным сообщением возникают из-за плохих условий доступа последней мили к туристическим объектам, а дорожная и железнодорожная инфраструктура требует модернизации с точки зрения качества и предоставления придорожных услуг. Хотя инвестиции в модернизированное железнодорожное сообщение в странах ЦАРЭС осуществляются при поддержке международных доноров, грузовые перевозки были приоритетом. Кроме того, сложные механизмы пересечения границы (например, визовые требования и стоимость, системы иммиграционного и паспортного контроля, а также время на оформление) действуют как существенный сдерживающий фактор для развития туристического сектора в регионе. Кроме того, большинство туристических активов сосредоточено в весенние и летние месяцы в регионах с хорошим потенциалом для круглогодичной деятельности, поэтому требуются инвестиции в производственные мощности и качество, чтобы снизить сезонность и повысить прибыльность частного сектора в туристическом бизнесе.

45. **Предлагаемые действия.** Стратегия в области туризма до 2030 года будет сосредоточена на обеспечении доступности стран ЦАРЭС путем упрощения процедур

пересечения границ, визовых требований и улучшения воздушного сообщения за счет сокращения наземных расходов и приведения в соответствие нормативно-правовой базы в области авиации. Региональные инициативы и проекты в рамках этого компонента будут реализовываться в тесной координации с работой, проводимой в рамках других операционных кластеров ЦАРЭС, таких как транспорт и торговля.⁴³ Предлагаемые области вмешательства будут включать:

- Улучшение воздушного сообщения со странами ЦАРЭС и между ними, с развитием доступных по цене запрещенных авиасообщений,⁴⁴ не входящих в ЕС, в промежуточные аэропорты и столицы региона;
- Либерализация визовых режимов и автоматизация въездных требований, общих для стран ЦАРЭС;
- Упрощение процедур пересечения границы для иностранных туристов, усовершенствование средств обслуживания пересечений людей и транспортных средств, а также модернизация инфраструктуры и иммиграционных служб;
- Улучшение паромных переправ между крупными прикаспийскими городами для пассажиров и транспортных средств, включая доступность ближайших туристических центров из морских портов;
- Улучшение автомобильного и железнодорожного сообщения для сокращения времени в пути между туристическими кластерами и ключевыми туристическими объектами в регионе;
- Улучшение доступа последней мили, усовершенствование системы информационных указателей, информационных пунктов, придорожной материальной базы, а также качества и доступности санитарных объектов и туалетов⁴⁵ в основных туристических достопримечательностях и на остальных территориях вдоль туристических маршрутов;
- Улучшение существующей и/или развитие новой туристической инфраструктуры и объектов в районах с потенциалом для круглогодичной деятельности в рамках приоритетных туристических кластеров. Эти инициативы могут быть реализованы через инвестиции частного сектора или через механизмы ГЧП со средствами снижения рисков инвестиций;⁴⁶
- Улучшение основных услуг, таких как водоснабжение, канализация и сортировка и переработка твердых отходов в городских и сельских районах вокруг наиболее посещаемых туристических объектов приоритетных туристических кластеров; и
- Разработка единого реестра туристических активов, их содержания и управления им, чтобы обеспечить эффективное и рентабельное использование государственными

⁴³ Они будут включать приоритетные инвестиционные проекты, включенные в Транспортную стратегию ЦАРЭС до 2030 года и проекты и мероприятия, включенные в Постоянный стратегический план действий в рамках Интегрированной торговой повестки ЦАРЭС до 2030 года.

⁴⁴ Авиакомпаниям разрешены полеты в ЕС, самые строгие авиационные правила в мире и авторитетный инструмент для третьих стран с точки зрения надежности и обеспечения безопасности.

⁴⁵ Это могут быть экологически чистые решения для туалетов в отдаленных районах, специально приспособленные для холодных погодных условий.

⁴⁶ Такими средствами могут быть концессии с исключительным правом на использование источников минеральной воды для потребления людьми в обмен, например, на инвестиции в инфраструктуру для туристов.

организациями, государственными служащими, путешественниками, гидами и туроператорами.

Б. Качество и стандарты

46. **Ключевые проблемы.** Туристические услуги в регионе ЦАРЭС в основном предоставляются малыми и средними предприятиями (МСП), за исключением международных крупных гостиничных сетей. МСП не имеют ресурсов или ноу-хау для внедрения стандартов качества. Разработка и внедрение гармонизированных стандартов качества услуг и природоохранных стандартов в соответствии с передовой международной практикой, в том числе в области здоровья и безопасности, являются ключом к повышению конкурентоспособности региона как глобального туристического направления и привлечению туристов с рынков с высокими расходами.

47. **Предлагаемые действия.** Одной из основных особенностей Стратегии развития туризма ЦАРЭС до периода 2030 года является создание общего бренда «Шелковый путь», который требует от стран-участниц скоординированной и совместной работы по защите и укреплению его ценности. Этого можно достичь, среди прочего, путем установления эффективных и согласованных минимальных стандартов качества услуг. Региональные проекты и инициативы в рамках этого компонента могут включать:

- разработку единых минимальных стандартов качества, санитарно-гигиенических и природоохранных правил для туристических объектов, достопримечательностей, гостиниц, ресторанов, транспортных средств, аэропортов, поездов и автобусных станций. Это может включать в себя внедрение звездной системы для мест проживания, которая позволит туристам получить общее интуитивное представление об ожидаемом уровне качества до бронирования, а также разработку «Знака качества Шелкового пути» для других туристических услуг, который будет принят на добровольной основе;
- разработку и внедрение системы регистрации туристического бизнес, а также эффективных, согласованных на региональном уровне механизмов проверки поставщиков туристических услуг для обеспечения соблюдения стандартов;
- разработку и внедрение официальной системы по работе с возражениями туристов в отношении поставщиков туристических услуг, поощряя лучших исполнителей посредством эффективного продвижения и положительных отзывов и наказывая некачественных поставщиков услуг;
- поддержку туристических предприятий, особенно малых и средних, а также принадлежащих женщинам, с целью повышения их потенциала в области внедрения стандартов качества и доступа к эффективным инструментам продвижения. Вышеупомянутый «Знак качества Шелкового пути» также будет способствовать продвижению и маркетингу тех туристических предприятий, которые обеспечивают высокие стандарты качества.

В. Профессиональное обучение

48. **Ключевые проблемы.** Все страны ЦАРЭС страдают от серьезных недостатков в отношении навыков в туризме. Должностные лица государственного сектора нуждаются в более специализированных и современных знаниях в разработке эффективных

туристических политик и стратегий, а также в управлении дестинациями и цифровом маркетинге, стандартах, правилах безопасности и гигиены, а также политике экологической и социально-экономической устойчивости. Частный сектор также требует усовершенствованных знаний в области разработки, управления и маркетинга туристических продуктов, услуг и впечатлений. Также необходимо улучшить систему образования и обучения в туризме, чтобы обеспечить необходимое количество и качество выпускников, которые смогут удовлетворить как текущий, так и будущий спрос на навыки в регионе. Развитие онлайн-навыков в туризме находится в зачаточном состоянии в странах ЦАРЭС, но этот способ обучения все чаще признается в качестве надежного инструмента для развития навыков в этой отрасли, являясь рентабельной моделью для инвестирования в массовое сокращение дефицита квалификаций в туристическом секторе, где региональный совместный подход может оказать существенное влияние. Вспышка COVID-19 ускоряет уже существующую тенденцию удаленной работы и дистанционного обучения, придавая дополнительный импульс развитию решений для онлайн-обучения в регионе.

49. Предлагаемые действия. Стратегия ЦАРЭС в области туризма до 2030 года будет поддерживать страны-члены в устранении дефицита в навыках и развитии интегрированных туристических навыков и предложений по обучению через региональные программы с максимальным использованием цифровых технологий. Инициативы в рамках этого компонента будут разрабатываться и реализовываться в тесной координации с частным сектором, чтобы помочь закрыть существующий разрыв между отраслевой практикой и предоставлением туристического образования и обучения. Региональные проекты и инициативы в рамках этого компонента могут включать:

- разработку программ дистанционного обучения по туризму, позволяющих получить опыт дистанционного обучения для студентов и преподавателей, представителей частного сектора и государственных должностных лиц, с сертификатом, выданным международно аккредитованными учреждениями и организациями, и признаваемым во всем мире;
- разработку общих учебных программ и квалификаций для уровней ТПО и высшего образования, позволяющих создать эффективную систему эквивалентности для студентов, которые выбирают путь ТПО, а затем решают продолжить дальнейшее обучение, а также признание дипломов и профессиональных сертификатов профессионалов туризма в странах ЦАРЭС;
- повышение качества программ образования и развития навыков в туризме в странах ЦАРЭС в соответствии с международными стандартами и передовой практикой, что может быть реализовано путем создания совместной туристической программы в регионе, сертифицированной ЮНВТО (TedQual)⁴⁷
- разработку платформы, поддерживающей партнерские программы между образовательными и учебными заведениями в области туризма в регионе, а также обмен знаниями между странами ЦАРЭС. Существующие учебные заведения и учебные заведения по туризму в регионе,⁴⁸ а также Институт ЦАРЭС будут использоваться для предоставления ориентированных на спрос мероприятий для

⁴⁷ ЮНВТО. Сертификация TedQual – это сертификат качества программ образования и обучения в туризме, предлагаемый Всемирной туристской организацией ООН. В сертификации уделяется особое внимание тому, чтобы программа включала потребности в сфере туризма и возможности трудоустройства студентов.

⁴⁸ Сюда можно было бы отнести, например, Международный университет Шелкового пути в Самарканде.

профессионалов в сфере туризма по повышению их квалификации в области передового опыта в развитии и управлении туристическими дестинациями;

- содействие внутрирегиональной мобильности студентов, включая возможности для работы и стажировки, а также обмен преподавателями; и
- повышение квалификации профессионалов туризма посредством специализированных программ обучения в авторитетных учреждениях и организациях с международной аккредитацией, признаваемых во всех странах ЦАРЭС. Сюда могут входить гиды (Всемирная федерация ассоциаций туристических гидов), лыжные инструкторы (Международная ассоциация лыжных инструкторов) и туристические агенты (Международная ассоциация воздушного транспорта) и другие.

Г. Маркетинг и брендинг

50. **Ключевые проблемы.** Шелковый путь является наиболее важным туристическим объектом, совместно используемым странами ЦАРЭС. Учитывая его международное признание, он обеспечивает естественный брендинг для туристического региона ЦАРЭС. Одной из наиболее фундаментальных потребностей стран ЦАРЭС является формирование представления о том, что страны, как по отдельности, так и вместе, являются направлениями, (i) предлагающими широкий спектр ярких туристических впечатлений с высококачественными удобствами и стандартами; (ii) к которым легко добраться и перемещаться как внутри страны, так и между странами; (iii) обеспечивающими безопасную и надежную среду. Это требует инвестиций в маркетинг и продвижение, нацеленных на наиболее перспективные туристические сегменты и ориентированных на восстановление доверия к туристическим направлениям в период восстановления после COVID. Однако в настоящее время страны ЦАРЭС сталкиваются с проблемой бюджетных ограничений для туристического маркетинга, продвижения и брендинга, являющихся ключевыми для эффективного позиционирования региона в глобальном масштабе.

51. **Предлагаемые действия.** Инвестиции в совместные мероприятия по продвижению туризма и совместное использование затрат в этой области принесут существенную пользу всем странам региона. Стратегия развития туризма ЦАРЭС на период до 2030 будет поддерживать региональные инициативы по маркетингу и продвижению туризма, ориентированные на общий бренд, включая:

- создание и продвижение общего зонтичного бренда («Посетите Шелковый путь») посредством разработки туристического веб-портала ЦАРЭС и управления им. Портал будет служить региональным инструментом для обмена и консолидации информации, связанной с туризмом, а также создания деловых возможностей для частного сектора в странах ЦАРЭС, разрешая бронирование пакетных туров и впечатлений через сам портал или через ссылки на свои собственные веб-сайты;
- разработку маркетинговых стратегий и рекламных мероприятий на региональной и/или кластерной основе, нацеленных на укрепление имиджа стран как безопасных туристических направлений для посещения, восстановление доверия путешественников и возобновление инвестиций в туризм и спроса в регионе. Поскольку в первую очередь, скорее всего, восстановится внутренний и региональный туризм, в краткосрочной перспективе маркетинговые и рекламные мероприятия будут

сосредоточены на соседних странах, а после снятия ограничений на поездки последуют международные рынки;

- развитие партнерских отношений с крупными цифровыми туристическими платформами для проведения круглогодичных кампаний для всего региона на выбранных целевых рынках в координации с офф-лайн инициативами по продвижению на таких рынках;
- организация и/или участие в туристических мероприятиях с высоким стимулирующим эффектом на региональном и международном уровне (например, совместные выставки и мероприятия по продвижению материального и нематериального культурного разнообразия и уникальности региона, ралли «Шелковый путь» и т.д.), которые могут способствовать процессу построения бренда. Особое внимание будет уделяться инициативам, которые поддерживают создание сетей бизнес-бизнес (B2B) и обмен информацией для туроператоров и других поставщиков туристических услуг; и
- содействие доступному путешествию по нескольким странам Шелкового пути посредством общих инициатив, таких как абонемент «Шелковый путь». Абонемент «Шелковый путь» может включать специальные тарифы на воздушные и/или наземные поездки в регионе ЦАРЭС, визы, а также купоны на скидку для других аккредитованных туристических достопримечательностей и поставщиков услуг в странах ЦАРЭС.

Д. Сведения о рынке

52. **Ключевые проблемы.** Информация и знания о туризме необходимы для разработки целевых и инновационных туристических продуктов и услуг. Улучшение системы сбора и анализа туристических данных и статистики, а также знания о поведении клиентов имеют первостепенное значение для повышения международной конкурентоспособности региона ЦАРЭС. В настоящее время большинство стран ЦАРЭС отстают в наличии эффективных систем сбора данных, производства статистики и сбора первичных данных для оценки эффективности их продуктов в отношении текущих и будущих ожиданий клиентов. Эти недостатки являются центральной проблемой, которую можно свести к минимуму с помощью регионального сотрудничества. Например, вспомогательный счет туризма (ВСТ)⁴⁹ в настоящее время является передовой международной практикой и ключевым инструментом для измерения и мониторинга воздействия политики и стратегий в области туризма на национальную экономику.

53. **Предлагаемые действия.** Для решения существующих проблем и недостатков, с которыми сталкивается большинство стран ЦАРЭС с точки зрения доступности и качества данных, рыночной информации и производства статистики, Стратегия развития туризма ЦАРЭС 2030 будет сосредоточена на:

- поддержке разработки и внедрения общих методологий для сбора данных и производства статистики туризма, таких как Международные рекомендации по

⁴⁹ Вспомогательный счет туризма – это главный инструмент экономического измерения туризма, позволяющий упорядочить и согласовать статистику туризма с экономической точки зрения (национальные счета). Это дает возможность генерировать экономические данные по туризму (например, прямой вклад туризма в ВВП), которые можно сравнить с другой экономической статистикой (ОЭСР. Вспомогательный счет туризма: Рекомендуемая методологическая основа).

статистике туризма (МРСТ) ЮНВТО 2008 года, чтобы как государственный, так и частный секторы могли принимать решения, основанные на фактах;

- разработке методологий и укреплении потенциала стран для проведения исследований качества обслуживания клиентов и структуры расходов по туристическим сегментам.
- разработке и внедрении вспомогательных счетов туризма для измерения и мониторинга воздействия политики и стратегий в области туризма на национальную экономику;
- поддержке создания наблюдательных центров ЮНВТО в странах ЦАРЭС для мониторинга экологического и социального воздействия туризма на уровне дестинации;⁵⁰
- использование инструментов сбора данных и производства статистики, основанных на эффективных цифровых решениях на региональном уровне, чтобы обеспечить разделение затрат между странами и добиться экономии за счет масштаба;
- содействие партнерству между государственными и частными заинтересованными сторонами в сфере туризма в регионе для проведения совместных исследований и анализов, ориентированных на поведение, предпочтения, желаемый опыт и потребности клиентов.

Е. Сквозные темы

54. Некоторые темы пересекаются со всеми вышеупомянутыми стратегическими направлениями, что требует от каждой сформированной региональной программы и инициативы рассмотрения этих вопросов, к которым относится:

- **Здоровье и обеспечение безопасности.** Чтобы поддержать усилия стран по реагированию на пандемию COVID-19 и повышению устойчивости их туристических секторов к будущему глобальному кризису, будет уделено особое внимание разработке и внедрению гарантий безопасности и эффективных мер контроля и протоколов здравоохранения, в том числе с помощью механизмов повышения квалификации и передачи информации и данных с тем, чтобы предотвратить распространение инфекционных заболеваний. Создание пилотного коридора безопасного путешествия/туристической зоны со смягченным карантинным режимом в краткосрочной перспективе будет иметь первостепенное значение для быстрого воспроизводимости в кластерах.
- **Оцифровка.** Цифровые и коммуникационные технологии находятся в центре наиболее прибыльных видов деятельности в цепочке создания стоимости в сфере туризма. Стратегия ЦАРЭС в области туризма будет поддерживать разработку и

⁵⁰ Международная сеть обсерваторий устойчивого туризма (INSTO) была создана ЮНВТО в 2004 году для обеспечения основы для систематического, своевременного и регулярного мониторинга использования ресурсов, реализации планов и политики устойчивого развития и воздействия туризма на уровне дестинации. В регионе ЦАРЭС в настоящее время существует только одна обсерватория в Синьцзян-Уйгурском автономном районе – Канасская обсерватория, которая фокусирует свои усилия по мониторингу, особенно на мониторинге воздействия туризма в отдаленных и приграничных районах (природный заповедник на озере Канас в горах Алтая граничит с Казахстаном, Монголией и Российской Федерацией).

внедрение инновационных решений для предоставления туристических услуг, расширения возможностей взаимодействия, улучшения маркетинга и продвижения дестинаций, а также разработки образовательных инструментов и цифрового туристического контента.

- **Гендерное равенство.** Будет продвигаться политика, программы и инициативы в области туризма, обеспечивающие равные права и равный доступ мужчин и женщин к ресурсам, экономическим возможностям, образованию, обучению и процессам принятия решений.
- **Развитие частного сектора.** Особое внимание будет уделяться расширению участия частного сектора и поощрению частных инвестиций для реализации региональных программ и проектов в рамках пяти стратегических направлений. Будет оказана поддержка для усиления политики, законов и нормативных актов в отношении инвестиций в туризм с целью создания благоприятной деловой среды и обеспечения равных условий для национальных и международных инвесторов, одновременно способствуя разработке и внедрению инновационных решений в отрасли.
- **Экологическая устойчивость.** Внедрение соответствующих мер безопасности и практики устойчивого развития для защиты природных туристических объектов региона будет приниматься во внимание при разработке и реализации региональных туристических программ и проектов.
- **Общедоступность.** Люди с ограниченными возможностями должны иметь доступ к туристическим достопримечательностям и объектам отдыха, а также к экономическим возможностям, связанным с туризмом. Особые потребности возрастающей доли пожилых путешественников также необходимо будет учитывать при планировании и управлении направлениями,⁵¹ а также в рамках инициатив по маркетингу и продвижению.⁵²

⁵¹ АБР. 2020 (готовится к публикации). *Грузия – Инклюзивные города: Рекомендации для городских районов*. Манила

⁵² Следует отметить, что такой сегмент рынка туризма как пожилые люди может быть недостаточно знаком с онлайн-инструментами, и поэтому важно, чтобы инициативы онлайн-маркетинга сочетались с традиционными каналами коммуникации.

VI. Институционализация и механизмы реализации

А. Поэтапный подход к реализации

55. Для поддержки реализации Стратегии развития туризма на период до 2030 года были разработаны региональные рамки инвестиций в туризм на 2021–2025 годы, охватывающие региональные проекты и инициативы в рамках каждого из пяти стратегических направлений (Приложение III). В соответствии с общими направлениями стратегии ЦАРЭС 2030 и с учетом различных уровней развития и возможностей стран ЦАРЭС, в инвестиционную структуру будет встроена гибкость, позволяющая двум или более странам реализовывать региональные проекты и инициативы, согласованные всеми странами-участницами. Региональные инвестиционные рамки туризма будут служить инструментом для определения приоритетности проектов и позволят улучшить координацию между партнерами по развитию и мобилизацию ресурсов. Группа экспертов по туризму ЦАРЭС будет нести ответственность за мониторинг реализации региональной структуры инвестиций в туризм на ежегодной основе и внесение необходимых корректировок с учетом возникающих потребностей и приоритетов стран. Предлагается поэтапный подход к реализации предложенной стратегии развития туризма в регионе:

56. **Начальный этап «Повышение готовности» (2021-2023 гг.).** Вспышка COVID-19 в краткосрочной перспективе смещает приоритеты путешественников в сторону более близких и безопасных мест. Таким образом, сосредоточение внимания на развитии внутреннего и внутрирегионального туризма будет ключевым на этом этапе при одновременном создании основы для привлечения туристов с высокими расходами с международных рынков в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Инициативы на этом этапе будут сконцентрированы на развитии навыков, в том числе за счет использования технологий; принятие и внедрение единых стандартов качества туристических услуг, включая протоколы по охране труда и технике безопасности; улучшение сбора данных, статистики и анализа рынка; развитие общего бренда «Посетите Шелковый путь», в том числе посредством разработки туристического веб-портала ЦАРЭС.

57. **Второй этап «Быстрый рост доли рынка» (2024-2028 гг.).** На этом этапе основной целью будет увеличение доли прибыльных международных рынков за счет улучшения связи, инфраструктуры и нормативно-правовых процедур в приоритетных туристических кластерах. Инициативы на этом этапе могут включать, среди прочего, улучшение авиационного сектора и авиасообщения по низким тарифам;⁵³ развитие хабов с функцией остановок в приоритетных кластерах; улучшение доступа «последней мили» и процедур в пунктах пересечения границы в рамках приоритетных групп кластера; гармонизация визовых режимов и введение электронных виз во всех странах; улучшение паромных переправ через Каспий для пассажиров и грузов; определение возможности создания инвестиционного фонда туризма с региональным охватом для поддержки частного сектора, развития ГЧП и государственных инвестиций; сильная разработка продуктов с акцентом на цифровизацию поставок и предложений продуктов (например, «Silk Road Pass»).

⁵³ Это могло бы включать развитие региональной авиакомпании, принадлежащей различным странам, по модели SAS – Скандинавские авиалинии.

58. **Третий этап «Укрепление конкурентного позиционирования и повышение добавленной стоимости» (с 2029 г.).** На этом третьем этапе основной целью должно быть усиление программ развития предыдущих этапов в рамках приоритетных групп кластеров и рассмотрение возможности расширения в сторону развития вторичных направлений/кластеров при условии наличия необходимого спроса и заинтересованности со стороны стран-членов. Инициативы на этом этапе могут включать, среди прочего, продвижение туризма, ориентированное на конкретные области в рамках приоритетных кластеров и/или подсекций Шелкового пути; дальнейшее улучшение инфраструктуры и доступности за счет разработки и реализации проектов второго приоритета; разработка новых туристических продуктов для дальнейшей диверсификации предложения различных кластеров.

Б. Институциональная структура

59. Общая институциональная структура ЦАРЭС будет принята в качестве отправной точки для создания соответствующих институциональных механизмов для туризма в регионе (Рисунок 3). На самом вершине Министерская конференция (МК) ЦАРЭС функционирует как главный политический и принимающий решения орган высокого уровня, ответственный за предоставление стратегического руководства по вопросам, имеющим региональное значение, и подотчетный за общие результаты Программы ЦАРЭС. Заседание высокопоставленных официальных лиц (ЗВОЛ) отслеживает прогресс по всем операционным кластерам и секторам, дает рекомендации на операционные улучшения и обеспечивает эффективное выполнение решений высокого уровня, принятых на МК ЦАРЭС.

60. На отраслевом уровне всю работу в сфере туризма ЦАРЭС будет возглавлять фокусная группа по туризму. Эта группа состоит из координаторов по туризму, назначенных каждой страной ЦАРЭС с 2018 года.⁵⁴ Секретариат ЦАРЭС будет оказывать техническую, административную и организационную поддержку во время реализации Стратегии развития туризма.

61. Стратегия ЦАРЭС 2030 рекомендует применять поэтапный подход в новых операционных областях, таких как туризм, для эффективного повышения ответственности стран и разработки наиболее подходящей институциональной структуры на основе прогресса, достигнутого с течением времени. Предлагаются следующие четыре фазы для институционализации туристического сектора ЦАРЭС:

- **Первый этап:** будут сформированы группы технических экспертов с участием представителей государственного и частного секторов для дальнейшей разработки и координации реализации региональных проектов и инициатив в рамках стратегических направлений. Такие группы технических экспертов будут сосредоточены и ориентированы на потребности для эффективной поддержки возникающих приоритетов и наиболее насущных потребностей стран. На этом первом этапе будут сформированы только одна или две группы технических экспертов либо на тематическом уровне (на основе тем/подтем в рамках стратегических компонентов), либо на уровне туристического кластера, в случае заинтересованности и спроса со стороны стран, входящих в данный кластер.

⁵⁴ Координаторы по туризму были назначены всеми странами ЦАРЭС в 2018 году для поддержки разработки предварительного исследования «Содействие региональному сотрудничеству в области туризма в рамках ЦАРЭС 2030». С тех пор в октябре 2018 года и декабре 2019 года было проведено две встречи группы специалистов по туризму.

- **Второй этап:** когда прогресс считается достаточным и, основываясь на запросах стран, могут быть созданы дополнительные группы экспертов по другим темам/подтемам и/или туристическим кластерам. Дополнительные группы экспертов будут работать таким же образом, как и те, которые упоминались выше на первом этапе. Группа координаторов по туризму продолжит наблюдение за работой целевых экспертных групп и координацию общей работы в туристическом секторе.
- **Третий этап:** когда страны-члены и участвующие партнеры по развитию признают прогресс достаточным в одной или нескольких темах стратегических направлений и/или туристических кластеров, небольшой офис может быть создан в стране ЦАРЭС, чтобы функционировать как централизованная организационная единица для координации такой тематической и/или кластерной работы.
- **Четвертый этап:** можно было бы создать постоянное соглашение в виде независимого регионального туристического агентства. В зависимости от достигнутого прогресса и готовности стран к углублению сотрудничества могут быть разработаны общие механизмы финансирования, и страны-члены могут нести расходы по институционализации. ЦАРЭС, как нейтральный орган, мог бы поддержать создание такого регионального туристического агентства, включая поддержку процесса назначения его исполнительного совета.

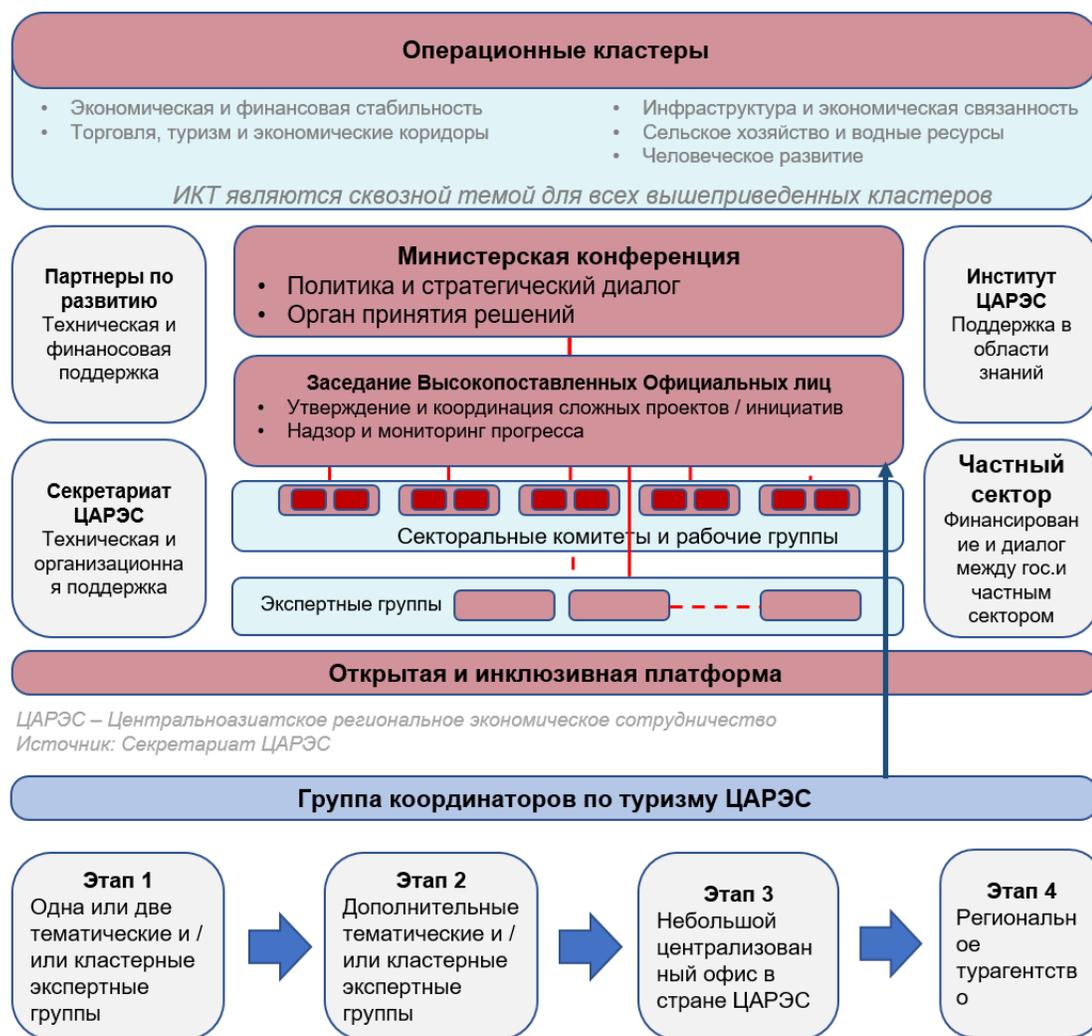


Рисунок 7: Институциональная структура ЦАРЭС

В. Финансирование

62. Финансовые ресурсы необходимы для реализации инициатив и проектов регионального масштаба, а также проектов на национальном уровне, которые могут внести положительный вклад в общее развитие туризма в регионе. Финансирование также необходимо для поддержки работы тематической группы по туризму и экспертных групп. Усилия будут направлены на мобилизацию большего финансирования из широкого круга источников, в том числе от партнеров по развитию, государственного бюджета, частного сектора и механизмов ГЧП. АБР будет стремиться сохранить финансирование технической помощи для туристического сектора. Для поддержки инвестиций регионального масштаба и воздействия на последующих этапах будет рассмотрен вопрос о создании регионального инвестиционного фонда. Такой инвестиционный фонд мог бы включать компоненты акционерного капитала и кредитования по доступным ставкам для повышения роли МСП и частного сектора в развитии региональной индустрии туризма.

Г. Партнерства

63. Для реализации Стратегии развития туризма ЦАРЭС 2030 требуется скоординированный подход всех стран ЦАРЭС и партнеров по развитию. Различные партнеры и учреждения по развитию на национальном уровне в странах ЦАРЭС реализуют несколько инициатив и проектов в области туризма.⁵⁵ Налаживание синергизма между такими инициативами посредством регулярного обмена информацией и развития совместной партнерской структуры для объединения финансовых и технических возможностей является ключом к максимальному использованию преимуществ регионального сотрудничества. Кроме того, будут продвигаться механизмы развития партнерских отношений с частными организациями в таких ключевых областях, как сбор данных и статистика, образование и развитие навыков, а также маркетинг и продвижение. Институт ЦАРЭС также может играть важную роль в предоставлении знаний и аналитической поддержке по пяти стратегическим направлениям, особенно в области развития навыков туризма.

Д. Матрица результатов

64. Матрица результатов была разработана для периодического мониторинга и оценки прогресса в реализации Стратегии развития туризма на период до 2030 года и сопутствующей Рамочной программы инвестиций в туризм на 2021–2025 годы (Приложение IV). Структура результатов ЦАРЭС в области туризма согласована с общей структурой результатов ЦАРЭС 2030 и направлена на то, чтобы внести свой вклад, насколько это возможно, в достижение целевых показателей и индикаторов в национальных стратегиях развития туризма стран. В структуре (матрице) результатов содержатся индикаторы, основанные на критериях SMART,⁵⁶ для отслеживания прогресса в реализации стратегии на уровне результатов (видение) и результатов (стратегические компоненты). Признавая глобально изменяющийся характер сектора и тот факт, что прогресс может быть разным в рамках стратегических компонентов и/или туристических кластеров, в матрицу результатов будет встроена гибкость, а необходимые изменения будут отражаться в структуре инвестиций в туризм на ежегодной основе. Отчеты о ходе работы будут подготавливаться и обсуждаться среди представителей туристических центров ЦАРЭС на ежегодной основе и представляться на ЗВОЛ. Отчеты о ходе реализации будут доступны онлайн на веб-сайте ЦАРЭС и региональном туристическом веб-портале.

⁵⁵ Сюда входят инициативы в области туризма в рамках экономического коридора Алматы-Бишкек и инициативы трехстороннего экономического коридора между Казахстаном, Узбекистаном и Таджикистаном; текущие и планируемые туристические проекты АБР в Грузии, Таджикистане, Узбекистане и Монголии (включая Стратегическое рамочное соглашение по устойчивому развитию туризма на 2020-2021 годы между Правительством Монголии и АБР); и туристические проекты других партнеров по развитию, таких как ЮНВТО и ЮНЕСКО, в числе прочих.

⁵⁶ SMART относится к индикаторам, которые являются конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными и привязанными ко времени.

ПРИЛОЖЕНИЕ I – ОБЗОР ТУРИСТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ СТРАН ЦАРЭС

Страна	Основной документ	Стратегические приоритеты	Цели
Афганистан	Проект Политики развития туризма в Афганистане	<ul style="list-style-type: none"> • Устойчивое развитие; увеличение доходов от туризма; рост занятости. • Улучшение туристических продуктов на основе потребностей рынка. • Развитие инфраструктуры по международным стандартам. 	Не указано
Азербайджан	Стратегия туризма до 2023 года и ключевые проекты 2019 Стратегическая концепция развития индустрии туризма в Азербайджанской Республике	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегия устойчивого и ориентированного на рост туризма • Большое разнообразие и конкурентоспособность • Хорошо сбалансированное развитие регионального и частного секторов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличить количество ночевок иностранных туристов в Баку в 2020 году как минимум до 3,65 миллиона. • Увеличить среднюю продолжительность пребывания с 2 до 3 дней • Увеличить число иностранных туристов, прибывающих до 0,9 миллиона в 2020 году, и ежедневных иностранных туристов до 1,5 миллиона в 2020 году. • Постепенно принять 265 000 дополнительных бюджетных туристов. • Увеличить коэффициент использования производственных мощностей до ~ 65% (коэффициент заполняемости) в оздоровительных центрах. • Привлечь 180 000 туристов к туристическим достопримечательностям.
Грузия	Стратегия развития туризма Грузии 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Создание имиджа страны как современного и безопасного туристического направления и повышение осведомленности • Увеличение числа международных прибытий и ночевок, средних расходов туристов и доходов от туризма. • Повышение уровня удовлетворенности и лояльности туристов • Улучшение международного сотрудничества с туристическими организациями, туроператорами, организаторами ВСКМ и международными авиакомпаниями. 	Не указано
Казахстан	Государственная	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие туристических активов 	<ul style="list-style-type: none"> • Доля туризма в ВВП Казахстана не менее

	программа развития индустрии туризма Республики Казахстан на 2019-2025 годы.	<ul style="list-style-type: none"> • Транспортная доступность туристических направлений и объектов. • Качество и доступность туристических продуктов и услуг. • Благоприятный туристический климат. • Эффективная система продвижения туристического потенциала страны на внутреннем и международном рынках. 	<ul style="list-style-type: none"> • 8%. • 9 миллионов прибывающих посетителей и 8 миллионов внутренних туристов. • 650 000 человек, занятых в сфере туризма • Увеличение объема туристических услуг в 2,5 раза. • Увеличение инвестиций в основной капитал в 3 раза • Высокий рейтинг по различным индексам туризма.
Республика Кыргызстан	Программа развития туризма при Правительстве Кыргызской Республики на 2019-2023 годы	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг и продвижение Кыргызской Республики как центра туризма в Центральноазиатском регионе. • Оцифровка туризма • Развитие туризма в регионах/провинциях страны. • Создание благоприятных условий для ведения бизнеса в сфере туризма и привлечения инвестиций. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сектор туризма должен дать 7% ВВП к 2023 году.
Монголия	Концепция устойчивого развития до 2030 года Национальная стратегия развития туризма на 2015-2025 гг.	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение конкурентоспособности регионов за счет улучшения туристической инфраструктуры. • Позиционирование Монголии как туристического бренда на международном уровне. • Проведение мероприятий по повышению осведомленности общественности о путешествиях и туризме. • Внесение изменений в закон о туризме • Предоставление поставщикам туристических услуг налоговых льгот. • Обеспечение лучшей доступности, например, новые частые воздушные маршруты, предложение электронной визы на границах и поддержка трансграничного туризма. 	<ul style="list-style-type: none"> • Поэтапное увеличение количества туристов. • Реализация 5 новых проектов и программ в партнерстве с ЮНВТО и другими международными институтами развития. • Повышение рейтинга Монголии в индексе конкурентоспособности туризма Всемирного экономического форума.
Пакистан	Национальное стратегическое видение туризма Пакистана 2020-2030	<ul style="list-style-type: none"> • Экономический рост туризма • Создание предложений мирового класса. • Позиционирование Пакистана как всемирно признанного туристического бренда. • Продвижение практики ответственного туризма в секторе 	<ul style="list-style-type: none"> • Прямой вклад путешествий и туризма в ВВП должен составить 3,0% от общего ВВП в 2028 году. • Общий вклад путешествий и туризма в ВВП должен составить 7,4% ВВП в 2028 году. • Рост на 2,7% прямых рабочих мест в сфере путешествий и туризма напрямую и рост на 2,3% непрямых рабочих мест в индустрии

			<p>туризма.</p> <ul style="list-style-type: none"> Увеличение экспорта посетителей до 192,5 млрд. рупий в 2028 году.
Китайская Народная республика	<p>На национальном уровне:</p> <p>Тринадцатый пятилетний план развития туризма (2016-2020 гг.)</p> <p>На провинциальном уровне:</p> <p>Тринадцатый пятилетний план развития туризма автономного района Внутренняя Монголия (2016-2020 гг.)</p> <p>Тринадцатый пятилетний план развития туризма – Синьцзян-Уйгурский автономный район (2016-2020 гг.).</p>	<p>На национальном уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> Подготовка стратегических планов по оптимизации ресурсов и рыночных возможностей. Продвижение инноваций и качества Создание туристической системы, которая работает в гармонии с природой. Содействие инклюзивному росту за счет повышения качества жизни и удовлетворения людей Реформирование систем управления дестинациями, гидов и туристических агентств. Укрепление координации и сотрудничества с провинциальными и местными органами власти. <p>Автономный район Внутренняя Монголия:</p> <ul style="list-style-type: none"> Сохранение природных ресурсов для устойчивого развития Содействие разнообразию ресурсов Содействие комплексному развитию туризма, сельского хозяйства, культуры, спорта и промышленности с упором на качество и эффективность. Координация стратегического планирования для поощрения круглогодичной деятельности и совместного содействия развитию туристических продуктов и маршрутов. Стимулирование инноваций, отдавая рынку решающую роль в распределении ресурсов. Повышение эффективности государственных услуг и расширение предоставления финансовых услуг. <p>Синьцзян-Уйгурский автономный район:</p> <ul style="list-style-type: none"> Открытость для иностранного туризма за счет использования преимуществ проекта «Экономический пояс Шелкового пути». Улучшение транспортных систем и упрощение 	<p>Автономный район Внутренняя Монголия:</p> <ul style="list-style-type: none"> Принять более 130 миллионов отечественных и иностранных туристов со среднегодовым ростом более 12%. Общая выручка от туристической индустрии превысит 530 миллиардов юаней (74,2 миллиарда долларов), при этом среднегодовой рост составит более 20%. Общий вклад туризма в ВВП провинции достигнет 15%. <p>Синьцзян-Уйгурский автономный район:</p> <ul style="list-style-type: none"> Общее количество туристов достигнет 300 миллионов. Общий объем туристического потребления достигнет 600 миллиардов юаней (84 миллиарда долларов). Число занятых в сфере туризма достигнет 2,5 миллиона человек, в том числе 1 миллион человек в сфере сокращения бедности в сельском туризме, тем самым помогая 300 000 неимущим выбраться из бедности.

		<p>визового режима.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Привлечение капитальных вложений и развитие человеческих ресурсов. • Инновации и развитие туристических продуктов. • Создание индустрии туризма, пополняющая доход населения и направленная на сокращение бедности, создание рабочих мест и поощрении предпринимательства. • Содействие развитию умного туризма и модернизации туристической индустрии. • Содействие структурным реформам в туристическом секторе. 	
Таджикистан	Стратегия развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 года	<ul style="list-style-type: none"> • Укрепление институциональной базы туризма. • Развитие современной туристической инфраструктуры. • Усиление туристического потенциала и правильная организация комплексного продвижения • Обеспечение конкурентоспособности туристических продуктов за счет повышения качества обслуживания. • Развитие и продвижение национального бренда, а также подбрендов туристических территорий. • Маркетинг туристических продуктов. • Развитие, охрана и рациональное использование природных рекреационных ресурсов, а также исторического и культурного наследия. • Укрепление потенциала человеческих ресурсов для производительной занятости в индустрии туризма. • Соответствие международным стандартам и обеспечение безопасности туристов. • Создание и развитие туристических кластеров и предоставление инноваций и инвестиций для развития туристической индустрии. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 500 000 туристов посетят страну • 8% в ВВП и 15% экспорта вклад туризм • 10%-ная доля капитала туристической отрасли в инвестиционном комплексе и 3%-ная доля туризма в доходах государственного бюджета. • Услуги в сфере туризма на сумму 1 233,6 млн долларов США. • 500 зарегистрированных организаций, оказывающих услуги в сфере отдыха и рекреации • 10% (от общего числа) занятых в индустрии туризма • 50-е место среди гостеприимных стран в рейтинге Всемирного экономического форума
Туркменистан	Национальная программа поддержки и развития туризма в Туркменистане на 2011-2020	<ul style="list-style-type: none"> • Создание и развитие современной туристической системы. • Широкое продвижение туризма в стране и за рубежом. • Широкое привлечение иностранных инвестиций • Развитие туризма согласно стратегиям защиты окружающей среды и снижения сезонности. 	Не указано

	годы		
Узбекистан	Указ Президента Республики Узбекистан о дополнительных мерах по стимулированию развития туризма в Республике Узбекистан	<ul style="list-style-type: none"> • Совершенствование нормативно-правовой базы в сфере туризма. • Развитие туристической инфраструктуры. • Расширение внутренних и региональных маршрутов с соседними странами. • Принятие мер по снижению влияния сезонных факторов • Развитие внутреннего туризма. • Усиление продвижения туризма на внутреннем и внешнем туристических рынках. • Совершенствование системы подготовки высококвалифицированных специалистов и повышения квалификации работников туристических услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 810 (тысяч) иностранных туристов посетят Узбекистан • Экспорт туристических услуг на 2170 (млн долларов США) • 25 010 (тыс.)поездов внутренних туристов • 3050 гостиниц и аналогичных средств размещения • 64 (тыс.) номеров в объектах размещения • 128 (тыс.) мест в средствах размещения • 1450 туроператоров

**ПРИЛОЖЕНИЕ II – ОРИЕНТИРОВОЧНЫЙ СПИСОК ПРОВИНЦИЙ И ГОРОДОВ
КАЖДОГО ПРИОРИТЕТНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА**

КЛАСТЕР	СТРАНА	ПРОВИНЦИИ	ОСНОВНЫЕ ГОРОДА
Каспийский	Азербайджан	Абшерон, Губа-Хачмаз, Аран, Даглыг-Ширван, Ленкорань	Баку, Сумгайыт, Губа, Хачмаз, Шабран, Гянджа, Мингячевир, Гобустан, Ленкорань, Астара
	Грузия	Тбилиси, Кахетия	Тбилиси, Телави, Гурджаани, Сагареджо
	Казахстан	Атырау, Мангистау	Атырау, Кульсары, Актау, Жанаозен
	Туркменистан	Балкан	Сердар, Балканабат, Туркменбаши
Сердце Центральной Азии	Афганистан	Герат, Бадгис, Гор, Бамиан, Вардак, Кабул, Парван, Каписа, Лагман, Нуристан, Бадахшан, Панджшир, Баглан, Тахар, Кундуз, Саманган, Сари-Пул, Фарьяб, Джаузджан, Балх	Кабул, Герат, Мазари-Шариф, Файзабад, Кала и Нау, Пули-Хумри, Бамиан, Маймана, Чагчаран, Шеберган, Махмуд-и-Раки, Кундуз, Михтарлам, Парун, Чарикар, Саманган, Сар-Э-Поль, Талокан, Майдан Шар
	Казахстан	Туркестан, Жамбыл, Алматы, Атырау, Мангистау, Кызылорда, Актобе	Туркестан, Шымкент, Тараз, Алматы, Атырау, Мангистау, Кызылорда, Актобе
	Кыргызская Республика	Баткен, Ош, Джалал-Абад	Баткен, Ош, Джалал-Абад
	Таджикистан	Согд, Душанбе, Хатлон, Кухиستانский Бадахшан	Худжанд, Душанбе, Кургантеппа, Хорог
	Туркменистан	Ахал, Мары, Лебап	Ашхабад, Мары, Туркменабад
	Узбекистан	Каракалпакстан, Бухара, Навои, Кашкадарья, Сурхандарья, Ташкент, Самарканд, Джизак, Сырдарья, Андижан, Фергана, Наманган, Хорезм	Нукус, Бухара, Навои, Карши, Термез, Ташкент, Самарканд, Джизак, Гулистан, Андижан, Фергана, Наманган, Ургенч
Золотой берег	Пакистан	Синд, Белуджистан	Карачи, Ормара, Гвадар, Дживани
Каракорум – Вахан	Афганистан	Нангархар, Кабул, Лагман, Кунар, Нуристан, Бадахшан	Джелалабад, Кабул
	Пакистан	Пенджаб, Азад Джамму и Кашмир, Гилгит Балтистан, Хайбер-Пахтунхва	Исламабад, Музаффарабад, Гилгит, Пешавар
	КНР	Синьцзян	Кашгар, Ташкурган
	Таджикистан	Кухиستانский Бадахшан	Мургаб, Шаймак, Ранкуль
Алматы – Иссык-Куль	Казахстан	Алматы, Жамбыл	Алматы, Узынагач, Каскелен, Кастек, Масанчи, Кордай, Самси, Шелек, Тургень, Талгар, Кеген, Сатти, Есик, Карабулак, Кольсай, Чарын, Чунджа
	Кыргызская Республика	Чуй, Нарын, Иссык-Куль	Бишкек, Нарын, Каракол, Чолпон-Ата
	КНР	Синьцзян	Аксу, Илли
Алтай	Казахстан	Восточный Казахстан	Усть-Каменогорск, Зайсан, Аягоз
	Монголия	Баян Улгий, Ховд, Увс, Гови-Алтай	Улгий, Улаангом, Ховд, Алтай
	КНР	Синьцзян	Урумчи, Карамы, Алтай
Гоби и луга	Монголия	Улан-Батор, Баянхонгор, Омногови, Дорногови, Дундгови, Дархан, Тёв, Говисюмбер, Селенге, Хентий	Уланбатар, Баянхонгор, Сайншанд, Мандалгови, Зуунмод, Даланзадгад, Дархан, Хор, Сухэ-Батор, Чингис
	КНР	Внутренняя Монголия	Хух-Хото, Уланкаб, Силингол, Баотоу, Баяннур, Хами, Турпан

ПРИЛОЖЕНИЕ III – РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИЗМ (2021-2025 гг.)

1. В следующих таблицах содержится список проектов и инициатив по каждому из стратегических компонентов туристической стратегии ЦАРЭС 2030. Список основан на (i) аналитической работе, проведенной в ходе подготовки стратегии, (ii) обратной связи, полученной от стран ЦАРЭС во время консультационных семинаров, проведенных в августе/сентябре 2020 года, и (iii) других проектах/инициативах, включенных в стратегии и планы действий других операционных кластеров в рамках ЦАРЭС. Список проектов будет подлежать процессу приоритизации на основе набора критериев, включая согласование проектов со стратегическими направлениями и интеграцию сквозных тем, а также региональный масштаб проектов путем вовлечения более чем одной страны или наличия положительных результатов воздействия на туристический кластер и/или по крайней мере в другой стране ЦАРЭС. Процесс определения приоритетов будет проводиться группой центров туризма ЦАРЭС при поддержке Секретариата ЦАРЭС. Группа центров туризма ЦАРЭС будет также отвечать за мониторинг реализации региональной структуры инвестиций в туризм на ежегодной основе и, при необходимости, будут вноситься корректировки с учетом возникающих потребностей и приоритетов стран.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ 1: СВЯЗЬ И ИНФРАСТРУКТУРА				
Проект/мероприятие	Описание	Кластер/Страны	Статус	Ориентировочный период реализации
Улучшение воздушного сообщения и снижение затрат на авиаперелеты в страны ЦАРЭС и между ними	Анализ возможностей и проблем для внедрения низкобюджетных перевозчиков в регионе ЦАРЭС, включая потребности в среде регулирования.	Все страны	Предложено	2021-2023
	Мероприятия по наращиванию потенциала в отношении передового опыта в сфере управления аэропортами, правил и политики в отношении авиации, включая соглашения об открытом небе.	Все страны	Предложено	2021-2023
	Развитие авиахаба в Ташкенте, который станет главными воротами в приоритетный кластер «Сердце Центральной Азии».	УЗБ с возможными связями с КАЗ, КЫР, ТАД, ТКМ и АФГ	Предложено	2021-2025
Либерализация визовых режимов и автоматизация въездных требований, общих для стран ЦАРЭС	Исследование осуществимости, требований и последствий выдачи общей и/или многострановой визы Шелкового пути в регионе ЦАРЭС	Все страны	Предложено	2021-2022
	Внедрение пилотной визы Шелкового пути и/или ее аналога в некоторых странах/приоритетных кластерных группах.	Как минимум, три страны	Будет определено	2022-2023

Улучшение и автоматизация процедур пересечения границы	Улучшение пункта пересечения границы Суост (граница Пакистана и КНР).	ПАК, КНР	Предложено	2021-2022
	Развитие нового пункта пропуска через границу (пункт пропуска дружбы Абрешумис Гза – Ипек Йолу).	АЗЕ, ГРУ	Предложено	2021-2022
	Улучшение условий в ключевых пунктах пересечения границы на маршрутах Шелкового пути.	УЗБ	Предложено	2022-2025
Улучшение паромных переправ между крупными прикаспийскими городами для пассажиров и автомобилей.	Разработка туристической дорожной карты для прикаспийских государств.	АЗЕ, КАЗ, ТУР	Предложено	2021-2023
	Предварительное технико-экономическое обоснование альтернативных моделей паромного сообщения, включая ГЧП.	АЗЕ, КАЗ, ТУР	Предложено	2022-2023
Улучшение автомобильного и железнодорожного сообщения для сокращения времени в пути между туристическими кластерами и ключевыми туристическими объектами в регионе	Строительство железной дороги Таджикистан – Афганистан – Туркменистан.	АФГ, ТАД, ТУР	Предложено	2023-2025
	Проект улучшения дорожной сети Бухарской области: М-37 Самарканд-Бухара-Ош	КЫЗ, УЗБ	Предложено	2021-2024
	Реконструкция автомобильной дороги М-39 (Алматы-Бишкек-Ташкент-Термез)	КАЗ, КЫЗ, УЗБ	Предложено	2021-2022
	Улучшение дорожных условий от морских портов Каспия до основных туристических зон.	АЗБ, КАЗ, ТКМ	Предложено	2023-2025
Улучшение инфраструктуры туризма, вспомогательных услуг и объектов для всех круглогодичных видов деятельности	Проекты, связанные с развитием и улучшением доступности «последней мили», информационных указателей и пунктов, придорожной материальной базы, а также качества и доступности санитарных помещений и туалетов в ключевых туристических объектах в приоритетных группах кластера. Улучшение существующей и/или развитие новой туристической инфраструктуры в Джизакской области, граничащей с Таджикистаном и Казахстаном, в том числе в районе озер Айдар-Арнасай.	УЗБ с возможными связями с ТАД и КАЗ	Предложено	2021-2025
	Улучшение существующей и/или развитие новой туристической инфраструктуры в горных зонах «Бельдерсай-Чимган-Нанай» Бостанлыкского района Ташкентской области.	УЗБ с возможными связями с КАЗ и КЫР	Предложено	2021-2025
	Улучшение существующих и/или развитие новых туристических объектов и инфраструктуры в горной местности Койтендаг, граничащей с Афганистаном и Туркменистаном.	ТКМ с возможными связями с АФГ и УЗБ	Предложено	2021-2025
	Улучшение санитарных условий и туалетов в ключевых туристических объектах и зонах отдыха вдоль туристических маршрутов.	МОН	Предложено	2023-2025
	Строительство туристических центров вдоль Великого	ТАД с	Предложено	2023-2025

	шелкового пути, особенно в стратегических приграничных районах (например, в районе Пенджикента возле Самарканда)	возможными связями с УЗБ		
	Развитие рекреационных зон возле подземного озера Ковата под Ашхабадом	ТКМ	Предложено	2023-2025
Разработка инвентаризации туристических объектов ЦАРЭС	Создание общей цифровой базы данных, содержащей информацию обо всех туристических активах в странах ЦАРЭС, которая может быть размещена на туристическом веб-портале ЦАРЭС.	Все страны	Предложено	2021-2022

^a Эти инициативы будут реализованы в координации с авиационным компонентом Транспортной стратегии ЦАРЭС до 2030 года.

^b Предлагаемый проект в рамках Транспортной стратегии ЦАРЭС 2030.

^c Предлагаемый проект в рамках Постоянного стратегического плана действий на 2019-2021 годы в рамках Интегрированной повестки по торговле ЦАРЭС 2030.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ 2: КАЧЕСТВО И СТАНДАРТЫ

Проект/мероприятие	Описание	Кластер/Страны	Статус	Ориентировочный период реализации
Разработка и внедрение единых минимальных стандартов качества	Разработка «Знака качества Шелкового пути» для туристических услуг (пилотный проект для демонстрации)	АЗЕ, ГРУ	Предложено	2022-2025
	Внедрение звездной системы в гостиничной сфере	АЗЕ, ПАК	Предложено	2022-2024
	Разработка и внедрение единых протоколов по охране труда и технике безопасности в рамках экономического коридора Алматы-Бишкек.	КАЗ, КЫР	Предложено	2020-2021
Разработка реестра туристических предприятий	Создание системы регистрации туристического бизнеса. Реестр может быть подключен к Туристическому portalу ЦАРЭС.	Минимум 2 страны Пилотный проект, как минимум, в двух странах	Предложено	2023-2024
Наращивание потенциала и обмен знаниями по стандартам качества	Повышение потенциала туристических предприятий, особенно малых и средних предприятий и предприятий, принадлежащих женщинам, по внедрению стандартов качества и доступу к эффективным инструментам продвижения.	АЗЕ, ПАК	Предложено	2022-2024

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ 3: РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ

Проект/мероприятие	Описание	Кластер/Страны	Статус	Ориентировочный период
--------------------	----------	----------------	--------	------------------------

				реализации
Усовершенствование стандартов образования и навыков в сфере туризма	Разработка общих учебных программ и квалификаций для уровней ПТО и высшего образования с тем, чтобы позволить признание дипломов и профессиональных сертификатов профессионалов туризма в странах ЦАРЭС.	АЗЕ, УЗБ, ТКМ	Предложено	2022-2024
Наращивание потенциала и внутрирегиональный обмен знаниями	Тренинги и программы повышения квалификации для профессиональных представителей сферы туризма (как из государственного, так и частного сектора), преподавателей и студентов по передовому опыту в развитии и управлении туристическими дестинациями.	Все страны	Предложено	2021-2022
	Развитие партнерских программ между учебными заведениями по туризму и учебными заведениями региона.	АЗЕ, УЗБ	Предложено	2022-2023
	Наращивание потенциала как государственного, так и частного секторов по внедрению и мониторингу мер и процедур по охране труда и технике безопасности	КАЗ, КЫР	Предложено	2020-2021
	Совершенствование навыков местных гидов для эффективного удовлетворения потребностей и ожиданий посетителей из соседних стран и других отдаленных рынков при сохранении природных и культурных туристических активов.	Все страны	Предложено	2022-2023
Онлайн-обучение и развитие навыков	Разработка программы развития онлайн-навыков туризме для стран ЦАРЭС, включая индивидуальные курсы, учитывающие как новые и перспективные навыки в отрасли. Можно наладить сотрудничество с Академией ЮНВТО для технической поддержки и сертификации.	АЗЕ, КЫР, УЗБ	Предложено	2021-2023

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ 4: МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ				
Проект/мероприятие	Описание	Кластер/Страны	Статус	Ориентировочный период реализации
Создание и продвижение единого зонтичного бренда «Посетите Шелковый путь»	Разработка и введение в действие туристического веб-портала ЦАРЭС в качестве регионального инструмента для обмена и консолидации информации, связанной с туризмом, и создания деловых возможностей для частного сектора в странах ЦАРЭС	Все страны	Текущий	2020-2021
	Разработка принципов и стратегии бренда «Посетите	Все страны	Предложено	2021-2022

	Шелковый путь» (позиционирование, руководящие принципы, логотипы, канцелярские товары, правила коммуникации и т.д.).			
	Организация и/или участие в туристических мероприятиях (например, совместные выставки и мероприятия по продвижению материального и нематериального культурного разнообразия и уникальности региона, ралли «Шелковый путь» и т.д.), поддержка взаимодействия в формате B2B и обмена информацией.	Все страны	Предложено	2021-2023
	Развитие партнерских отношений с основными цифровыми турплатформами для проведения круглогодичных рекламных кампаний для всего региона на выбранных целевых рынках в координации с рекламными инициативами на таких рынках.	Все страны	Предложено	2022-2024
Продвижение мультистрановых путешествий	Разработка Silk Road Pass, чтобы предоставить посетителям более доступный вариант для доступных мультистрановых поездок в пределах региона.	АЗЕ, МОН, УЗБ	Предложено	2022-2023

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ 5: СВЕДЕНИЯ О РЫНКЕ

Проект/мероприятие	Описание	Кластер/Страны	Статус	Ориентировочный период реализации
Сбор данных, статистика и измерение воздействия туристического сектора	Разработка и внедрение общих методологий (например, МРСТ 2008) для сбора данных и производства статистики	Все страны	Предложено	2021-2023
	Разработка и внедрение вспомогательных счетов туризма для измерения и мониторинга воздействия политики и стратегий в области туризма на национальную экономику.	АЗЕ, ТАД, УЗБ	Текущий (ТАД)/Предложено (АЗЕ, УЗБ)	2020-2022
	Поддержка создания обсерваторий ЮНВТО в странах ЦАРЭС для измерения и мониторинга экологических и социальных воздействий туризма на уровне дестинаций.	АЗЕ, ГРУ, МОН	Предложено	2022-2024
Исследования рынка	Повышение потенциала туристических агентств по разработке и проведению регулярных исследований качества обслуживания клиентов и структуры расходов по туристическим сегментам.	Пилотный проект, как минимум, в двух странах	Предложено	2022-2023
	Развитие партнерских отношений между государственными и частными заинтересованными сторонами в сфере туризма в регионе для проведения совместных исследований и	АЗЕ, УЗБ	Предложено	2021-2022

	анализа, ориентированного на поведение, предпочтения, желаемый опыт и потребности клиентов.			
--	---	--	--	--

ПРИЛОЖЕНИЕ IV – РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ

Видение		Итоговые показатели	Источник
Устойчивый, безопасный, легкодоступный и хорошо известный туристический регион, предлагающий разнообразие уникальных круглогодичных качественных впечатлений посетителям вдоль Шелкового пути и широко распределяющий выгоду среди своих сообществ.		<p>К 2030 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличение прямого вклада туризма в ВВП (исходный показатель 2019 года: 26,7 млрд долл. США). • Увеличение численности иностранных туристов, прибывающих в регион ЦАРЭС (исходный показатель 2019 года: 41,43 млн чел.) • Повышение рейтинга стран ЦАРЭС в Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма (исходный показатель 2019 года: 3,66)⁵⁷ 	ВСПТ ЮНВТО, национальная статистика туризма Отчеты ВЭФ о конкурентоспособности путешествий и туризма
Стратегические основы	Промежуточный результат	Показатель отдачи	Источник
Связь и инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшенная мультимодальная связь и эффективность процедур пересечения границ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение подпоказателя инфраструктуры в Глобальном индексе конкурентоспособности ВЭФ (исходный показатель 2019 года: 2,90) • Воздушное сообщение между странами ЦАРЭС улучшилось, а стоимость авиабилетов снизилась на X% (исходный уровень: не определено) • Увеличилось количество стран с системами электронных виз (исходный показатель: 2019 год; подлежит уточнению) 	ВЭФ ИАТА, Страны ЦАРЭС Страны ЦАРЭС
Качество и стандарты	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение качества обслуживания и принятие минимальных общих стандартов 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение индекса конкурентоспособности путешествий и туризма для инфраструктуры туристических услуг (исходный показатель 2019 года: 3,66) • Приведенные в соответствие стандарты обслуживания, включая протоколы безопасности и гигиены, принятые по крайней мере в двух странах ЦАРЭС (исходный показатель 2019 года: 0) 	ВЭФ Страны ЦАРЭС
Развитие навыков	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение качества образования и программ повышения квалификации и увеличение квалифицированной рабочей силы в 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение индекса конкурентоспособности путешествий и туризма для людских ресурсов и рынка труда (исходный показатель 2019 года: 4,59) • Увеличение количества профессиональных сертификатов туристической профессии, признанных, как минимум, в двух странах ЦАРЭС (исходный показатель 2019 года: 0) 	ВЭФ Страны ЦАРЭС Страны ЦАРЭС/ЮНВТО

⁵⁷ Исходный показатель (с базой 100) для начального года (2019 г.) является результатом сложения простых средних баллов по каждой стране.

	туристическом секторе в регионе.	<ul style="list-style-type: none"> Количество сертифицированных программ TedQual с региональным покрытием (исходный показатель 2019 года: подлежит уточнению) 	
Маркетинг и брендинг	<ul style="list-style-type: none"> Улучшение имиджа и позиционирования региона как мирового турнаправления. 	<ul style="list-style-type: none"> Повышение индекса эффективности маркетинга и брендинга для привлечения туристов в индексе конкурентоспособности путешествий и туризма (исходный показатель 2019 года: 4,37) Увеличение числа посетителей туристического веб-портала ЦАРЭС (исходный показатель 2019 года: 0) Количество совместных инициатив по маркетингу и продвижению туризма с участием как минимум 2 стран ЦАРЭС (исходный показатель 2019 года: 0) 	ВЭФ Туристический веб-портал ЦАРЭС Страны ЦАРЭС
Сведения о рынке	<ul style="list-style-type: none"> Усиленный и слаженные сбор и анализ данных о туризме в странах ЦАРЭС. 	<ul style="list-style-type: none"> Увеличение числа стран ЦАРЭС со вспомогательными счетами туризма (исходный показатель 2019 года: 0) Расширение партнерства между государственными и частными учреждениями для проведения совместных туристических исследований и анализов (исходный показатель 2019 года: 0) 	Страны ЦАРЭС Страны ЦАРЭС
Сквозные вопросы	<ul style="list-style-type: none"> Улучшение цифровизации, устойчивости и инклюзивности индустрии туризма в странах ЦАРЭС. 	<ul style="list-style-type: none"> Повышение рейтинга готовности к ИКТ индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (исходный показатель 2019 года: 4,31) Повышение индекса конкурентоспособности путешествий и туризма по безопасности и защищенности (исходный показатель 2019 года: 5,38) Повышение индекса конкурентоспособности путешествий и туризма по здравоохранению и гигиене (исходный показатель 2019 года: 5,74) Повышение индекса конкурентоспособности путешествий и туризма по экологической устойчивости (исходный показатель 2019 года: 3,84) Увеличение числа женщин, занятых в индустрии туризма в странах ЦАРЭС (исходный показатель: подлежит уточнению)⁵⁸ 	ВЭФ ВЭФ ВЭФ Страны ЦАРЭС
Институты и управление	<ul style="list-style-type: none"> Создан институциональный 	<ul style="list-style-type: none"> Созданы тематические и/или кластерные группы технических экспертов между двумя или более странами ЦАРЭС 	Секретариат ЦАРЭС

⁵⁸ В настоящее время данные недоступны. Производство статистических данных с разбивкой по полу будет частью предлагаемых инициатив по совершенствованию данных и статистики туризма. Базовый уровень для этого индикатора будет определен в координации со странами ЦАРЭС на более позднем этапе по мере продвижения реализации стратегии.

	механизм для реализации совместных региональных туристических инициатив в ЦАРЭС.	(исходный уровень:2019 г.; 0)	
--	--	-------------------------------	--

