

Предпосылки развития туризма в Республике Таджикистан

Сейедахмад Сейеднасер Бехешти

Институт экономики и демографии Академии наук Республики Таджикистан

Аспирант

E-mail: sabeheshti@yahoo.com

Аннотация: В данной статье рассматривается вопрос развития туризма в Республике Таджикистан. Туризм, по мнению автора, во многом зависит от государственной политики. Таким образом, деятельность дипломатического сектора страны в отрасли в дополнение к политической выгоды способствует развитию маркетинга и рекламной деятельности, и, следовательно, приведет к развитию индустрии туризма. Таджикистан обладает возможностями привлекать туристов с различными интересами. Туристические достопримечательности, существующие в стране, являются уникальным объектами привлечения туристов. Они представляют собой: исторические места и культурное наследие: по мнению туристических экспертов, с точки зрения количества и разнообразия исторических памятников и культурного наследия, которые связаны с различными историческими и культурными периодами Таджикистан считается частью важнейших стран, имеющих древнюю историю. Таджикистан является одним из древнейших очагов цивилизации в Центральной Азии, поэтому занимает привилегированное положение в мире с точки зрения древнего наследия. Некоторое количество артефактов, найденных в этих центрах, относится к пятому веку до нашей эры.

Ключевые слова туризм; маркетинг; реклама; деятельность; индустрия; инфраструктурные потребности.

Введение. В нынешнем индустриальном веке туризм с экономической точки зрения приобретает особое значение для развивающихся стран. Туристическая привлекательность Республики Таджикистан свидетельствует о том, что при эффективном планировании можно получить максимальную выгоду из разнообразных и разбросанных по всей стране туристических достопримечательностей, использовать ее в обеспечении определенной части валютных и экономических потребностей страны и для удовлетворения нужд местных и сельских общин. Успешное присутствие Таджикистан на мировом туристическом рынке, если учесть его природный, исторический и культурный потенциал, представляется вполне реальным. В настоящем исследовании также предпринята попытка, анализируя факторы развития туризма в развитых и развивающихся странах и историю туризма в стране, представить предложения и рекомендации по практическим методам широкого привлечения международного туризма в Таджикистан.

В Республике Таджикистан туризм, при его огромных потенциальных ресурсах, развит недостаточно широко и его доля в мировом туристическом потоке незначительна. Явно недостаточны по своим масштабам въездной туризм граждан других стран в республику, туризм таджикских граждан внутри страны, социальный туризм. Это накладывает свой отпечаток на уровень качества жизни большей части населения Таджикистана. Недостаточен вклад отечественной индустрии туризма в экономику страны.

Международная организация по туризму при ООН (UNWTO) подчеркивает, что туризм первоначально должен планироваться на национальном и региональном уровне. На этом уровне должны подготавливаться стратегии развития туризма, в том числе организационные вопросы, реализационная сила, структурные модели и схемы, стимулирующие стандарты и другие элементы, необходимые для развития и управления туризмом. При разработке национальных и региональных программ и использовании мирового опыта должны учитываться целесообразности развития туризма и экотуризма в национальном масштабе. Все вышеуказанные вопросы и предопределили актуальность предлагаемого исследования.

Методологической основой исследования послужили научные труды ведущих представителей экономических наук по вопросам развития туризма, законы и постановления РТ по вопросам туризма и освоения рекреационных ресурсов.

Инструментарно-методический аппарат исследования составили общенаучные методы исследования в рамках системного подхода: метод системного анализа, контент-анализ научной литературы, экономико-статистический, сравнительный, структурно-логический анализ, графические методы представления информации, аналитические методы исследования, а также ряд специальных методов исследования, используемых в маркетинге. Для анализа сферы социального туризма применялся структурно-функциональный метод.

Информационную и статистическую базу исследования составляют данные Всемирной туристической организации, Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Комитета молодежи, спорта и туризма Республики Таджикистан и туристических организаций страны.

Туризм во многом зависит от государственной политики. Таким образом, деятельность дипломатического сектора страны в отрасли в дополнение к политической выгоды способствует развитию маркетинга и рекламной деятельности, и, следовательно, приведет к развитию индустрии туризма.

К числу предлагаемых инициатив в этой области относится создание необходимых условий для заключения договоров и сопротивления с распространенными отрицательными пропагандами, приглашение специалистов и советников, журналистов, фотографов, представителей радиотелевидения, менеджеров деловых агентств, туроператоров, известных туристических рекламных агентств в страну с целью знакомства с потенциальными условиями и возможностями туристической отрасли, а также для использования пропагандистских каналов, относящихся к средствам массовой информации на глобальном уровне [6, с. 7].

Основная опасность в этой области заключается в широкой огласке в средствах массовой информации о стабильности и внутренней ситуации в Таджикистане. Ответственные лица туристической организации с сотрудничестве с другими учреждениями должны создавать необходимые условия для выполнения пропагандистской и рекламной деятельности, соответствующей для устранения отрицательного эффекта средств массовой информации, необходимые инфраструктуры для развития туризма и принятия иностранных гостей. На основных туристических рынках, Таджикистана должен быть представлен в качестве целевой туристической страны, с тем, чтобы создать в туристах мотивации по использованию широкого спектра природных и культурных ресурсов туризма в Таджикистане. Помимо таких видов туристической деятельности, необходимо также создать среду, которая будет являть благоприятной, безопасной и комфортной для туристов [7, с. 7].

Внутренняя реклама и агитация большей частью имеет образовательный аспект и фактически формирует некоторый род отношения в отношении путешествия туристов в стране. Здесь, цель заключается в руководстве людей в отношении особенности поведения с иностранными туристами и необходимости внимания людей к экономическим и культурным аспектам туризма и его выгоды, что будет способствовать привлечению иностранных туристов в страну.

Концепция развития человеческих ресурсов охватывает широкий диапазон видов деятельности, наиболее важными из которых являются выбор и принятие на службу человеческих ресурсов в смысле выбора соответствующих лиц для соответствующих должностей, разработка политики развития и сбалансирования человеческих ресурсов, в которых представлены права и обязанности работодателя и персонала, обеспечение условий по повышению квалификаций для заинтересованных лиц, желающих получить диплом высшего образования [3, с. 9].

Изношенность наземного, воздушного, железнодорожного, в городских и сельских местностях, нехватка объектов инфраструктуры и оборудования считаются из числа проблем в туристической отрасли. Разработка соответствующих программ и координации транспортной сетью, увеличение их пропускной способности, соответствующее и приемлемое применение существующих возможностей транспорта в стране способствуют достижению хороших результатов в индустрии туризма [4, с. 9].

Поддержка частных инвестиций и безвозмездной помощи: Отсутствие финансовой поддержки частного сектора со стороны государства считается одним из самых серьезных препятствий на пути развития туризма в Таджикистане. Так как туристическая отрасль

нуждается в большие объемы инвестиций, с другой стороны, она не имеет быстрой и немедленной отдачи, следовательно, частный сектор не может справиться с выполнением таких инвестиций. Очевидно, что она будет нуждаться в финансовую поддержку и поощрения, без поддержки, частный сектор не может быть успешным в этой развивающейся отрасли.

Очевидно, что увеличение въезда иностранных туристов в страну содействует процветанию и развитию туризма, валютных поступлений и созданию стабильности. При этом, последующими приоритетами в развитии туристической отрасли в стране могут стать создание соответствующих экономических и социальных условий в обществе, необходимых мотиваций в частном секторе с целью его большего участия в необходимых инвестициях и его поддержки, создание необходимых условий, в том числе предоставление долгосрочных или низкопроцентных кредитов и займов, выделение земли, обеспечение выгоды по государственным ставкам, облегчение разрешения на строительство и устранение административно-бюрократической волокиты строительства гостиниц, ресторанов, туристических агентств и т.д. [8, с.10].

Следует отметить, что туристические агентства, играют важную роль в розничной продаже индустрии туризма. В процессе потребления товаров этой отрасли эти организации являются конечным звеном, соединяющим получателей этих услуг и товаров (потребителя) с источником, предоставляющими в этих услугах и продуктах. Продажа билетов, распределение номеров и кроватей, продуктов питания и т.д., эти агентства играют роль посредника и предоставляют туристам услуги. Эти агентства могут рекламировать туристические достопримечательности Таджикистана и содействовать повышению конкурентоспособности туристической отрасли страны [1, с. 10].

Кроме всего вышеперечисленного, туристическая отрасль Таджикистана нуждается в развитии финансовых услуг и признания кредитных карточек; структурном проектировании увеличения сотрудничества с центрами, предоставляющими туристические услуги; предоставлении налоговых льгот для лиц, занимающихся бизнесом в секторе туризма; концентрации государства в секторе туризма; ценообразовании на основе международных стандартов; нейтрализации и минимизации государственного вмешательства в туристические вопросы; использовании опытных и квалифицированных иностранных работников для реализации туристических программ; повышении и укреплении чувств гостеприимства; обучение принципам гостеприимства персонала туристических учреждений и организаций; прививании позитивного отношения к самому себя и к другим у населения; позитивного отношения персонала туристической организации к своей профессии; разработке информационных программ для общества; укреплении приветствия гостей обществом разнообразия туристических товаров Таджикистана в целях привлечения большего числа туристов.

На основе проведенных исследований мы пришли к следующим **выводам:**

Мерами, направленными на активизацию процесса туризма в республике Таджикистан, являются:

- совершенствование генеральных планов национального парка и государственных природных резерватов в целях формирования инфраструктуры экологического туризма на особо охраняемых природных территориях;
- развитие международного сотрудничества республики в части экологического туризма;
- выполнение обязательств по ратифицированным Республикой Таджикистан конвенциям в части сохранения биологического разнообразия и охраны памятников всемирного природного и культурного наследия.

Выполнение вышеперечисленных рекомендаций и обеспечение специфических потребностей экологического туризма на охраняемых природных территориях, сохранение редких видов животных и растений в сочетании с самобытной культурой и традициями населения, а также постоянное расширение географии маршрутов позволяет уверенно прогнозировать успешное развитие этого направления туризма в Республике Таджикистан.

Для повышения квалификации кадров сферы туризма необходимо:

- проводить научно-практические конференции в республике и обеспечить участие представителей Республики Таджикистан в международных туристических мероприятиях по подготовке кадров и ключевым проблемам развития туристической индустрии;

- проводить обучающие семинары и курсы повышения квалификации специалистов туристической индустрии с учетом гидов туризма, в том числе для особо охраняемых территорий и национального парка;

- содействовать обеспечению современной отраслевой литературой учебные заведения, готовящие кадры сферы.

Для информационного обеспечения туристической отрасли необходимо:

- создать единый государственный Интернет-портал с размещением необходимой информации о туристическом потенциале страны, культуре и истории Таджикистана, туристических организациях и гостиничных услугах, транспортных сетях и связи, порядке получения виз, регистрационных и административных процедурах;

- в целях формирования привлекательного туристского имиджа республики обеспечить рекламно-информационную кампанию в ведущих республиканских и региональных средствах массовой информации.

Одним из основополагающих условий развития туризма является обеспечение безопасности туристов. Обеспечение безопасности туристов декларировано в Хартии туризма, одобренной в 1985 году на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристической организации в г. Софии (Болгария), Этическом туристическом кодексе, принятом 1 октября 1999 года в г. Сантьяго (Чили).¹

Безопасность туриста напрямую зависит от мер принимаемых хозяйствующими субъектами сферы туризма при организации маршрутов.

Для обеспечения безопасности туристов необходимо:

- проработать вопрос осуществления специальной подготовки туристических кадров и контроля за соблюдением норм, правил по технике безопасности в деятельности хозяйствующих субъектов сферы туризма по обслуживанию туристов;

- обеспечить информирование туристов в вопросах их безопасности при организации туристических маршрутов.

Для обеспечения маркетинга и продвижения национального туристского продукта на соответствующие рынки, нужно активно участвовать в известных международных туристических выставках и организовывать проведение подобных мероприятий в республике.

Для достижения этих целей необходимо:

- дальнейшее осуществление мероприятий по формированию привлекательного туристского имиджа Республики Таджикистан, активно используя фактор исторического развития страны, ее ценностей, традиций, кухни, искусства, с привлечением культурных и научных сил республики;

- обеспечить эффективные государственные (некоммерческие) рекламно-информационные меры по продвижению национальных туристических продуктов на внутренние и внешние рынки туристических услуг (финансирование участия на международных выставках и выпуск рекламно-информационных материалов).

Примечания:

1. Лас Ломесдан. Туристический маркетинг. Пер. Мухаммада Ибрахим Гавхариян. Тегеран: Департамент культурных исследований ИРИ, 2001. С.10.

2. Maliye."Selected data on Turkish tourism. Study on the situation of enterprises, the industry and the service sectors, 2002, P 7.

3. Министерство туризма, 2002, с. 9.

4. Simon Smith , Ebru Ertugal (2002)"Tourism on Turkey " Industry and servise sector Publication, 2002, P 9

5. Талеъ Масула Муртаза. Опыт развития туризма в пяти азиатских странах. – Тегеран: Организация путешествия по Ирану и туризму, 2002. С. 6.

6. Fatih Y.D."performance of the Turkish tourism in the past decade and projects for 2010 , 2020.", P. 7.

7. Faulkner H, 1995."Toward a strategic approach to Tourism development: The Australian experience" Butter worth. Heinemann. Oxford, P. 7.

¹ Сангинов Д. Ш. Государственное регулирование туристской деятельности в годы независимости в Таджикистане. <http://www.portalus.ru/modules/theoryoflaw>

8. Фред Р. Девид. Стратегический менеджмент. Пер. Али Парсиян и Мухаммад Аъраби. Тегеран: Департамент культурных исследований ИРИ, 2000. С. 10.

UDC 338.012; 338.984

Prerequisites for the Development of Tourism in the Republic of Tajikistan

Seyedahmad S. Beheshti

Institute of Economics and Demography at the Academy of Sciences of the Republic of Tajikistan
PhD student
E-mail: sabeheshti@yahoo.com

Abstract. The article examines the issue of the development of tourism in the Republic of Tajikistan. In the author's opinion, tourism largely depends on the government policy. Thus, the efforts of the country's diplomatic sector in the industry, added to the political benefit, contribute to the development of marketing and advertising activities, and, therefore, will lead to the development of the tourism industry. Tajikistan has the potential to attract tourists with various interests. Tourist sites that exist in the country are unique tourist attracting places. They include historical sites and cultural heritage: according to tourism experts, from the point of view of the number and diversity of historical monuments and cultural heritage associated with different historical and cultural periods, Tajikistan is considered to be one of the major countries with ancient history. Tajikistan is one of the most ancient pockets of civilisation in Central Asia, therefore, it occupies a privileged position in the world in terms of ancient heritage. Some of the artefacts dug up in these centres date back to the fifth century B.C.

Keywords: tourism; marketing; advertising; activity; industry; infrastructure requirements.