

Индустрия путешествий как инструмент международной политики и комплексного инвестиционного развития Республики Таджикистан.

Автор: Хрыков Владимир Павлович, член Наблюдательного совета Института демографии, миграции и регионального развития.

Пространственное развитие человека является важным фактором его социализации. Посещение различных мест стран мира и своей страны, является важным инструментом развития человека, воспитание патриотизма и сближения народов. К сожалению, существующая отрасль мирового туризма создает обратный процесс, направленный на потребление и деградацию человеческого капитала.

В настоящей публикации автором предлагается развивать сферу посещений Республики Таджикистан (как жителями страны, так и гостями) по иному сценарию, направленному на развитие человеческого потенциала через активные включенные путешествия.

Ключевые слова: путешествие, Таджикистан, туризм, развитие, опыт СССР, человеческий капитал.

Человек по своей природе устроен так, что ему необходим баланс между трудом и отдыхом. Существуют вариации отдыха: пассивный и активный. Вероятнее всего, каждый человек сам определяет для себя, что ему подходит, но, по моему мнению, развитие и красота должны всегда сопровождать человека.

В настоящее время, потребительская экономика создала стереотип туриста, как человека "активно потребляющего" и "сильно отдыхающего". Массовые курорты, где «все включено» убивают все образовательные процессы, отдых ассоциируется исключительно с удовлетворения первичных потребностей человека, а турист рассматривается как лицо, приносящее «легкие деньги». Полагаю, что данный подход является не перспективным, и в первую очередь для самого государства, создающего подобную отрасль, обрекая свое население не к развитию, а к наипростейшему обслуживанию.

Полагаю, в настоящее время необходимо уходить от созданных штампов и создавать новый мегабрэнд - индустрию путешествий, который является самым оптимальным идеолого-практическим видом занятия свободного времени человека, развивая принимающую территорию и потребителя услуги. Путешествия должны являться помощником в трудовой и социальной жизни человека, а также создавать среду развития территории. Важным представляется механизм общего совершенствования

человека, а также уникальность новой индустрии, используемой на модернизируемой территории.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И.: путешествие – поездка или передвижение пешком по каким-либо местам, странам; туризм – групповые походы, имеющие целью физическую закалку организма, вид путешествий совершаемые для отдыха и самообразования. [5]

Индустрия путешествий должна обеспечивать выполнение нескольких функций: развитие инфраструктуры территории, способствовать обучению населения и в целом его мирной социализации, создавать информационную прозрачность территории, способствовать установлению коммуникации между народами, формировать бренд качества продуктов территории и раскрывать территорию перед экспортным потребителем. Кроме того, развитие международных путешествий способствует развитию индустрии образования и сельского хозяйства, а бальнеологические ресурсы территории способствуют развитию медицины страны.

Инвестиционный инструмент «путешествия», при принятии комплексного автономного индустриального целеполагания, координируя межгосударственные территории, способен создавать пояса развития, основанные на совместном развитии, которые станут устойчивой альтернативой не развитию и борьбе за рынки государств. Индустрия путешествий может стать межгосударственным проектом, который можно создать на партнерских межгосударственных отношениях, способных вывести из катастрофического сценария не развития.

Продукция индустрии путешествий — это комплексная услуга, содержащая в качестве взаимосвязанных элементов услуги транспорта, гостиничного хозяйства, торговли (в том числе общественного питания), экскурсионных, культурно-зрелищных, спортивных, коммунально-бытовых, лечебно-оздоровительных, инвестиционных, промышленных учреждений и предприятий.

«Путешествия» являются важным социальным интеграционным явлением, которое объединяет и развивает человеческий капитал, а также противостоит формированию девиантного поведения населения. Через путешествия происходит познание собственной территории, развитие семейного отдыха, семейной коммуникации, что также является антиалкогольным и антинаркотическим инструментом. Работающая отрасль путешествий обеспечивает базис развития страны и готовит качественные кадры для промышленной индустрии.

Большое влияние путешествия оказывают на внешнеэкономическую деятельность государств и их международные отношения, интеграционные и глобализационные

процессы, протекающие на всех уровнях мировой экономики и политики. Такие процессы содействуют росту деловой активности населения планеты и увеличению масштабов бизнесов.

Образ путешественника, т.е. человека изучающего территорию региона (страны, области, района, природной территории) как иностранцем, так и человеком, проживающим в данном государстве, является более широким функционально-целевым предназначением (образование, отдых, оздоровление, изучение, деловые контакты, работа).

В Концепции развития туризма РТ, главной целью государственной политики в области туризма является обеспечение благоприятных правовых условий для эффективной организации работы субъектов туристической деятельности и на этой основе создание в Республике Таджикистан эффективного и конкурентоспособного туристического рынка, обеспечивающего возможности для удовлетворения потребностей внутренних и иностранных граждан в разнообразных и качественных услугах отрасли. [3] Под индустрией туризма понимается хозяйственная деятельность, основанная на использовании собственно туризма, прежде всего международного, альпинизма, организации спортивного скалолазания и авторалли, создании санитарно-курортных объектов (рекреация), проведении регулируемого отстрела и отлова экзотических животных (интерохота) и т.д., возможность организации на территории страны весьма необычных по содержанию туристических маршрутов с использованием различных способов передвижения: пешком, вьючным транспортом, автомобилем, вертолетом и даже с помощью дельтапланов. [4]

Данные тезисы следуют в русле конъюнктуры мирового туристического рынка и заставляют Республику Таджикистан играть по правилам сформированного мирового рынка туристических услуг, где стране необходимо играть по правилам международных туристических монстров.

Эксперты республики отмечают, что деловая культура в Таджикистане находится пока на среднем или ниже среднего уровне. Официально признано, что большее количество жителей Таджикистана находятся за чертой бедности. [4] Индустрия путешествий сможет в подобной ситуации стать локомотивом развития как человеческого капитала, так и территории в ее экономическом и инфраструктурном аспектах.

Масштабы распространения русского языка в азиатской стране, а также многолетний опыт путешествий из ряда регионов России (РСФСР) могут создать быстрый скачок развития отрасли. Высокая степень знания русского языка большей частью

населения республики, будет также способствовать проникновению российского предпринимательства и российских капиталов в индустрию путешествий в Таджикистане.

Важным является аспект организации индустрии. Представляется интересным привести опыт СССР по организации отрасли туризма-путешествий.

В России первая крупная туристская организация основана в 1885 в Петербурге и называлась "Предприятие для общественных путешествий во все страны света". Возникновение советского туристского движения относится к началу 20-х гг. Организацией поездок для рабочих занимались профсоюзы, для учащихся и красноармейцев - Наркомпрос. Создаются акционерное общество "Советский турист" для внутренней индустрии и акционерное общество "Интурист" для заграничных поездок, а также общество пролетарского туризма, трансформированное впоследствии во Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий. Далее, создается Центральная детская экскурсионно-туристская станция. Созданные организации проделывали большую работу по вовлечению населения в туристские походы и экскурсии, по развитию сети туристских баз и маршрутов.

К 1940г. профсоюзы создали несколько тысяч туристских ячеек на предприятиях и в учебных заведениях, организовали во многих районах страны туристско-экскурсионные маршруты. Созданные туристско-экскурсионные управления были созданы в Москве, Ленинграде, Крыму, на Северном Кавказе, в Краснодарском крае, Грузинской ССР; в 50-60-е гг. - во всех союзных республиках, в 33 краях и областях РСФСР, в 144 городах - клубы туристов. Принятое постановление "О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране", поставили задачу превратить туристско-экскурсионное дело в крупную отрасль обслуживания населения.

По размаху туристского движения СССР занимает одно из первых мест в мире. В 1975г. число лиц, проводивших отпуск и каникулы за пределами постоянного места жительства, достигло 140-150 млн. чел., что составило около 20% от всего числа туристов в мире. Люди участвовали в длительных и кратковременных самостоятельных путешествиях, походах, самостоятельно выезжали в места организованного отдыха, в пригородные зоны, в др. города с оздоровительными, познавательными, социальными, спортивными и др. целями.

В 70-е гг. укрепилась материальная база иностранного туризма в СССР, расширилась география путешествий. "Интурист" предлагает свои услуги более чем в 100 городах страны, "Спутник" имеет 19 международных молодежных лагерей. Значительно увеличился обмен между зарубежными и советскими профсоюзными туристскими организациями.

Туристические маршруты создавали пространственное сознание советского человека, именно поэтому многие туристские маршруты имели уникальный характер, например транссоюзный железнодорожный круиз: Владивосток - города Сибири - Москва - Ленинград - Рига - Таллин - Вильнюс - Киев - Крым - Кавказ - через Каспийское море (паромом) - столицы республик Средней Азии - Владивосток (путешествие длится 30 дней); авиационный: Москва - Хабаровск - Владивосток - Путятин - Камчатка (Долина гейзеров - вулкан Гремучий - Петропавловск) - Москва; речной: на плотках по р. Белой (Урал); морской: Мурманск - Северный Ледовитый океан - Дудинка (Норильск) - Мурманск; конный - по горному Алтаю.

Главным являлось то, что туристское движение в СССР развивалось в соответствии с государственной политикой в области охраны здоровья народа, носило ярко выраженный социальный характер. Можно сказать, что во времена СССР туризм являлся первичными инвестициями - инвестициями в человеческий капитал.

Научные исследования в области туризма вели институт географии АН СССР, Центральный и зональные институты курортологии и физиотерапии министерства здравоохранения СССР, Всесоюзная научно-исследовательская лаборатория туризма и экскурсий ЦСТЭ (Москва), Научно-исследовательская лаборатория иностранного туризма и др. организации. Кадры для туристских организаций готовили центральные и зональные туристские курсы ЦСТЭ, институт повышения квалификации специалистов ГУИТ при Совете Министров СССР, специальный факультет в Высшей школе профсоюзного движения ВЦСПС. [7].

Современной тенденцией в развитии рынка туристских услуг в мире является повышение уровня государственной поддержки туристской индустрии. Так, сегодня во многих странах формируется региональный брэнд принимающего региона, многие государства оказывают содействие в продвижении своей территории страны на общемировом рынке туристических услуг. Рассмотрим лишь несколько примеров государственной поддержки развития туристских компаний в странах Запада.

Туризм является одной из основных статей дохода чешского бюджета. Количество иностранных туристов, посетивших Чехию в 2006 г. превысило 12 миллионов человек. Туристы потратили в стране 4 млрд. долларов – на 1,5 млрд. долларов больше, чем чешские туристы вывезли из страны. В стране созданы все условия для развития туризма. Для стимулирования притока иностранных граждан в страну туристы имеют право (с 2000 года) на возвращение налога на добавленную стоимость, который составляет 22 процента стоимости товара. От принятого во многих европейских странах порядка чешский закон

отличается тем, что деньги выплачиваются непосредственно при покупке товара в магазине, а не при пересечении границы.

Для продвижения туристических и рекреационных услуг, Чехия проводит мощную маркетинговую политику. Был разработан новый брэнд с привлечением психологов. В 2003 году Национальное туристическое управление Чешской Республики (НТУ) провело более 50 мероприятий. В Москве туристическое управление организовало ряд тематических презентаций и рабочих встреч, посвященных регионам и достопримечательностям. Каждую презентацию посетили 80-100 представителей турфирм. Прошли презентации в регионах России: Самаре, Казани, Калининграде, Уфе, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Петропавловске-Камчатском. В 2003 году Национальное туристическое управление Чешской Республики провело серию презентаций в прибалтийских государствах: Эстонии, Латвии и Литве. В Молдавии организовало выставку «Спорт, отдых и туризм». [6]

В целом, анализ международного опыта показывает, что успешное создание и развитие туристических кластеров в условиях недостаточной развитости инженерной и транспортной инфраструктуры (например, в Турции, Египте, Мексике, Доминиканской Республике) во многом происходит благодаря активной государственной поддержке. Так, например, правительства государств принимают меры по созданию благоприятного инвестиционного климата (налоговые льготы, государственные гарантии и др.), по обеспечению курортов транспортной и инженерной инфраструктурой, которая нередко строится или модернизируется за счет государственного финансирования или частно-государственного партнерства, участвуют в разработке и внедрении программ профессиональной подготовки для персонала курортов. Все это способствует успешной трансформации экономически не развитых районов в крупнейшие центры международного туризма.

Принципиальным представляется инвестирование в обучение и управление трудовыми ресурсами в индустрии.

Развитие туризма неразрывно связано с развитием средств массовой информации. Информированность населения о возможных местах отдыха значительно увеличивает количество туристов. Средства массовой информации позволяют рекламировать не только конкретные продукты, но и индустрию путешествий в целом.

Интересным механизмом продвижения страны в мире, представляется институт Почетных консулов, который может успешно развивать индустрию путешествий в Таджикистане.

Развитие индустрии путешествий Таджикистана предлагаю строить двойственно: с одной стороны применяя технологии современного западного международного опыта по организации туристической отрасли, но основываясь на целеполагании и базовых институтах индустрии туризма и путешествий СССР.

Для создания индустрии, предлагаю интегрировать природные и историко-культурные ресурсы страны. Необходимо применять: ресурсы территории для оздоровления человека, которые могут визуализироваться под брендом «Таджикистан – родина Авиценны»; климат страны, варьирующийся от горячего лета до вечных снегов гор, под брендом «Таджикистан – страна «горячего льда»; возможности аграрной сферы, которая станет целью эколого-традиционных путешествий, снабженческой отраслью, что будет средством возрождения таджикского сельского хозяйства, где, в первую очередь, необходимо способствовать развитию отрасли дикого животноводства (например, яководства). Именно мультисвойства страны и подход отдых-развитие должны стать той "изюминкой", которая придаст международную уникальность Республике Таджикистан, создаст новый мегабренд на уровне индустрии и сделает страну конкурентоспособной на рынке мировых туристических услуг.

В целом, полагаю, что в Таджикистане нужно законодательно заменить термин «туризм» на термин «путешествия», положив иное целеполагание, направленное не просто на оказание услуги в сфере отдыха, но именно на социализацию, развитие человека-путешественника, как на внутреннем рынке, так и внешнем.

Таджикистан – страна с древней великой культурой, должен проявить восточную мудрость и показать миру иной феномен создания индустрии – индустрии путешествий, ставящей человека на новую ступень развития.

Библиография:

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма. // СПб.: АКАДЕМИЯ – 2006. – 192с.
2. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. // М.:ЮНИТИ-ДАНА – 2008. – 255с.
3. Концепция развития туризма в Республике Таджикистан на 2009-2019 гг. // Постановление Правительства РТ от 2 апреля 2009г. № 202 «Об утверждении Концепции развития туризма в Республике Таджикистан на 2009-2019 годы».
4. Кошлаков Г. В. Экономические интересы России в Таджикистане: риски и возможности / Кошлаков Г. В., Тураева М. О., Майтдинова Г. М.; общ.ред. Кошлакова Г. В.; РТСУ. – Душанбе, 2009. – 331с.

5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю., Толковый словарь русского языка / РАН. Институт русского языка им. В.В.Виноградова. – 4 изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944с.
6. Топсахалова Ф.М., Стратегическое управление формированием и развитием регионального туристического комплекса в условиях социально-экономической трансформации / Топсахалова Ф.М. Теунаева З.Н., Айбазова Ф.М.; Издательство Академия Естествознания, 2012 год. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/150> .
7. Туризм в СССР. – Режим доступа:
http://tourlib.net/statti_tourism/tourism_ssr.htm