



Параллельное мероприятие
ЦАРЭС накануне Совецания
старших должностных лиц (SOM)

Презентация по Туристической
стратегии ЦАРЭС–2030:
достижения, нерешённые
вопросы и дальнейшие шаги

Туристическая стратегия ЦАРЭС: ключевые аспекты и извлечённый опыт



Photo @ Pakistan Tourism

Ключевые аспекты:

01

ЦАРЭС как единое туристическое направление — региональный межгосударственный подход к тематическому маркетингу и брендированию (включая портал VisitSilkRoad)

02

Связность и упрощение визового режима — основа для развития регионального трансграничного тематического туризма и совместного брендирования.

03

Координация и институциональное сотрудничество.

04

Осознаём ли мы истинную ценность регионального сотрудничества в сфере туризма? Пришло время принять взвешенное решение о его продолжении.

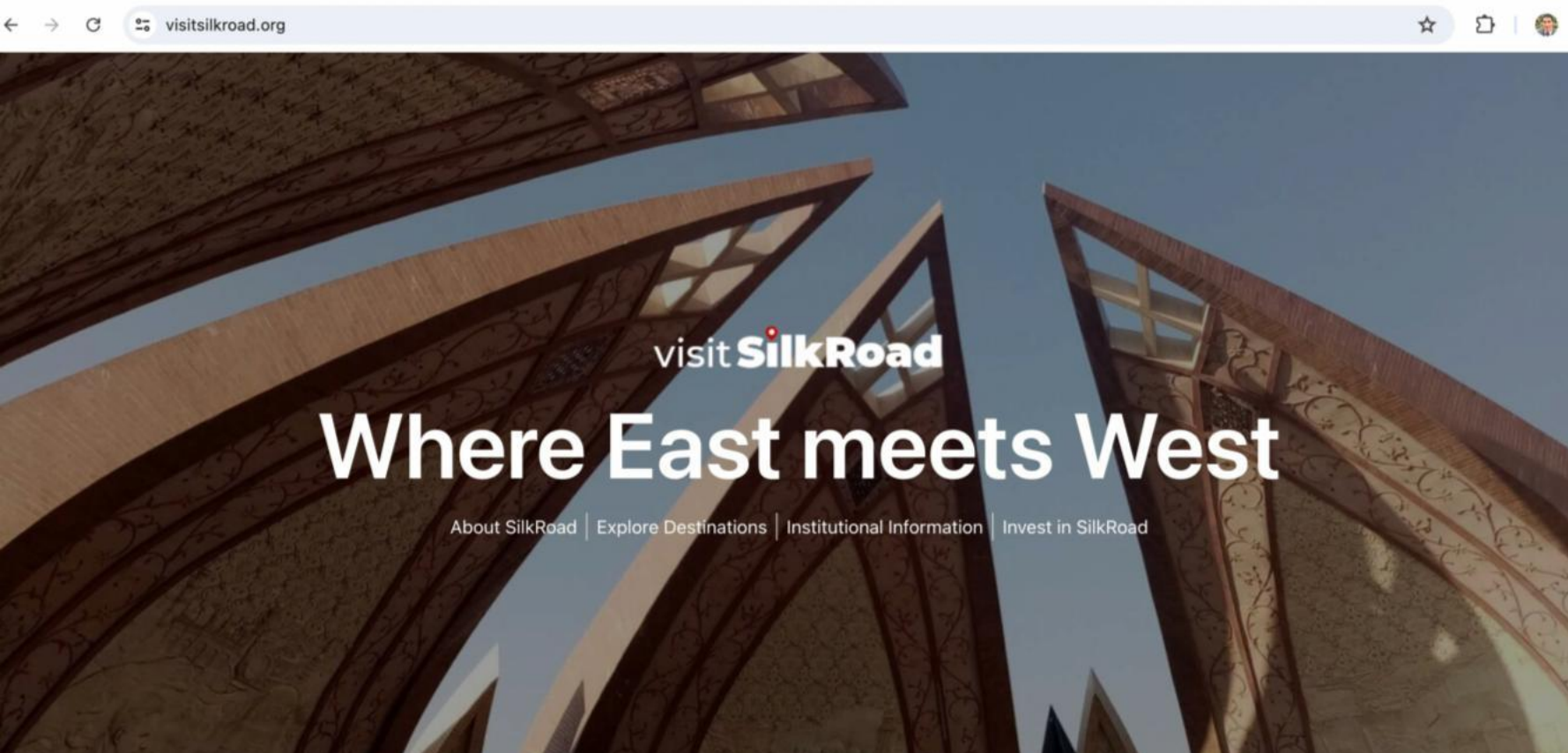
Продвижение маршрутов, охватывающих несколько стран



1. Совместное продвижение Центральной Азии как единого туристического направления

2. Единый веб-сайт, продвигающий трансграничные путешествия по Шёлковому пути

3. Совместное продвижение туризма внутри стран ЦАРЭС и между ними



Портал VisitSilkRoad был запущен в 2023 году и начал функционировать в 2024-м. На сегодняшний день он требует обновления и не имеет полноценной маркетинговой стратегии. Портал может стать актуальным источником информации о безвизовом въезде, визах по прибытии и электронных визах (с прямыми ссылками на соответствующие сайты), о статусе пограничных переходов, а также о существующих маршрутах и авиасообщении между странами

ЦАРЭС

Региональный тематический туризм: сильные стороны концепции и трудности реализации



Photo @ Azerbaijan Travel

История и эволюция Тематического туризма



Туризм культурного наследия
Созерцание и изучение прошлого

1970

Активный отдых на природе
Пешие походы, альпинизм

Культурный туризм
Знакомство и погружение
в культурный опыт

1980

Зимние и водные виды спорта
Джип-туры, хайкинг и велотуризм

Креативный туризм
Наблюдение, участие, взаимодействие,
личный опыт

1990

Популярный активный туризм
Больше вариантов, новые форматы —
от лёгких до экстремальных
Экологичный, вдохновлённый
природой, с культурной и
образовательной ценностью

Аутентичные путешествия
Полное погружение, подлинность,
обучение, личностный рост,
трансформирующий опыт, индивидуальный
подход

2000

**Эмоционально-насыщенные
путешествия (experiential travel)**

Настоящее
время

Трансформационный туризм

Приключенческий туризм, экотуризм, сельский туризм, агротуризм, гастрономический и винный туризм, гастрономические приключения, Погружение в местный образ жизни, экспедиционные туры, волонёрский туризм, туризм в сфере охраны природы, наблюдение за дикой природой и птицами, Туризм в сфере искусства и музыки, обучающий и развлекательный туризм (edutainment), приключенческие гонки, парусный спорт, дайвинг, парапланеризм, горный велоспорт, курсы выживания и прочее.

Формирование общего регионального бренда: Цели

- Определить **целевые сегменты туристических рынков** с глубоким пониманием профиля различных категорий путешественников, заинтересованных в тематических маршрутах по региону.
- Создать и запустить **централизованную базу туристических продуктов и контента в рамках региона**, чтобы упростить маркетинговую деятельность и повысить узнаваемость новых и уже существующих маршрутов.
- Содействовать сотрудничеству и **стратегическому согласованию между национальными туристическими стратегиями и местными организациями по маркетингу направлений (DMO)**, ответственными за ключевые туристические объекты, с целью совместного развития туризма.
- **Обучить** профильных представителей государственных структур и бизнеса новым подходам к стратегическому маркетингу и коммуникациям. **Знания и навыки** в области современных маркетинговых и коммуникационных подходов **обеспечат эффективное продвижение новых тематических маршрутов среди специалистов отрасли и путешественников.**
- Стимулировать **сотрудничество между туристическими направлениями и представителями отрасли** как внутри стран региона, так и между ними.

Региональное тематическое брендрование и маркетинговое продвижение



Преимущества

Повышение привлекательности региона

Чётко сформулированные тематические направления делают регион более интересным для туристов, инвесторов и местных жителей, акцентируя его уникальные черты и достопримечательности для целевой аудитории как внутри страны, так и за её пределами.

Межсекторное сотрудничество

Разработка выразительных региональных тем открывает возможности для инноваций и способствует налаживанию партнёрства между государственными и частными структурами в сфере туризма.

Гордость и самобытность местных сообществ

Развитие узнаваемого регионального бренда укрепляет чувство причастности у местных жителей и способствует формированию единой идентичности.

Устойчивое развитие

Продвигая туризм, основанный на подлинных культурных и природных ценностях, тематический подход помогает формировать ответственное отношение к ресурсам и ориентир на будущее.

Сложности

Попадание в целевую аудиторию

Региональные темы должны выделяться среди прочих и находить отклик у целевых аудиторий, не затмевая при этом индивидуальные бренды и особенности отдельных направлений.

Тесное и долгосрочное сотрудничество

Эффективная реализация требует согласованных усилий со стороны местных, региональных и международных органов власти, бизнеса и сообществ. Важно сохранять устойчивость инициативы несмотря на изменения в экономической и политической обстановке.

Ограниченность ресурсов

Участники с меньшими возможностями могут столкнуться с трудностями в реализации своих обязательств или в использовании потенциала инициативы, тогда как более крупные игроки не всегда видят достаточные стимулы для вовлечённости.

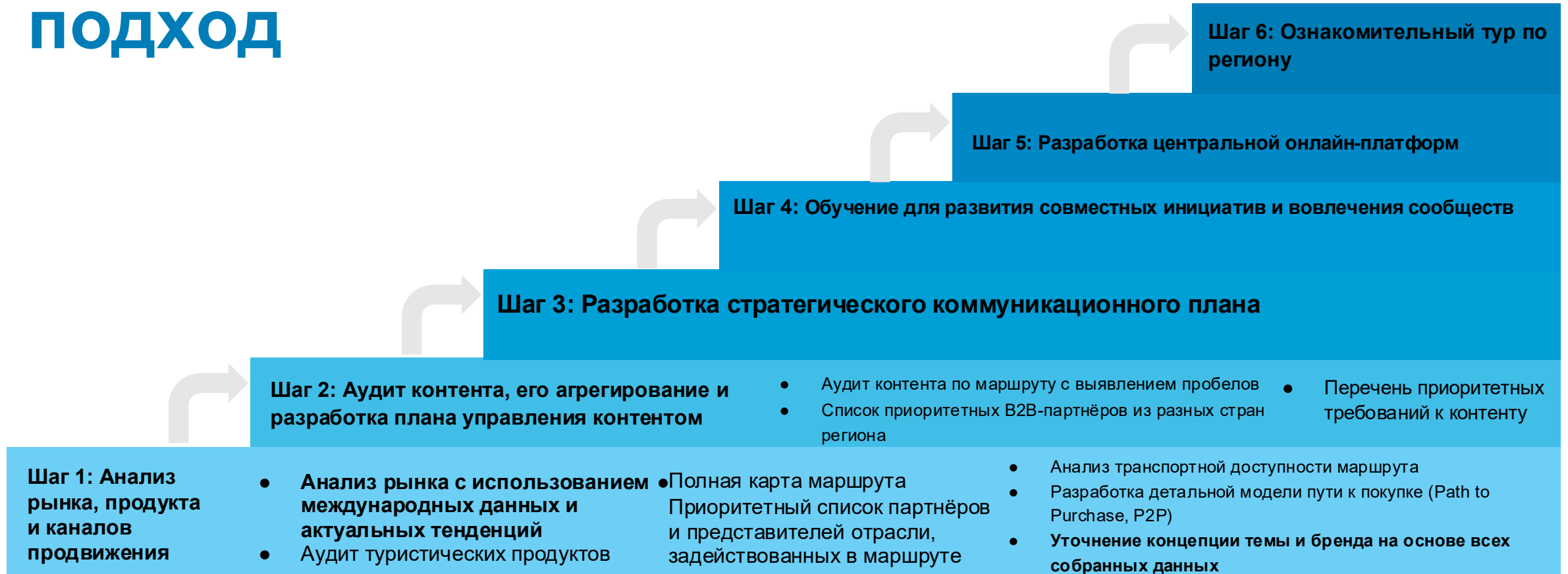
Сохранение аутентичности

Чрезмерная коммерциализация культурных элементов может привести к потере их подлинного смысла и вызвать негативную реакцию со стороны туристов.

Транспортная связность и координация визовых вопросов

Недостаточно развитая дорожная и авиационная инфраструктура в сочетании с несогласованной визовой политикой затрудняют организацию трансграничных поездок как для туристов, так и для бизнеса.

Формирование тематического регионального маршрута: **ПОШАГОВЫЙ** **ПОДХОД**





Краткий итог



Photo @ Ministry of Information and Culture Afghanistan

Ключевые аспекты

01

Культурные и исторические темы должны создаваться в формате насыщенных, трансформирующих путешествий, отражающих интересы и ожидания современного туриста.

02

Развитие трансграничного тематического туризма и регионального брендинга невозможно без надлежащей транспортной связанности и продуманной визовой политики.

03

Туристические маршруты следует выстраивать с опорой на модели пути к покупке (Path to Purchase, P2P), в рамках которых системно охватываются: продукт, каналы продвижения и целевые аудитории; что обеспечивает основу для устойчивого сотрудничества между странами.

Портал VisitSilkRoad



Инструменты для государственных и отраслевых структур

SilkRoad News and Articles

- Best Seasonal Experiences in Afghanistan
- Best Seasonal Experiences in Uzbekistan
- Best Seasonal Experiences in China PR
- A Brief History of the Silk Road
- Best Seasonal Experiences in Kazakhstan
- Best Seasonal Experiences in Tajikistan
- Best Seasonal Experiences in Kyrgyz Republic
- Best Seasonal Experiences in Pakistan

Institutional Information

- Tourism Development**
CAREC Program Tourism Development Strategy, Working Groups and Development Partners.
[See more](#)
- Data and Statistics**
Find the latest statistics, market analysis and trends of the tourism activity. Registration required.
[View Statistics](#)
- Publications**
The CAREC eLibrary offers more than 999.999 tourism-related electronic publications for the CAREC region which are regularly updated. Registration required.
[View Publications](#)
- Events**
Key information from upcoming and previous meetings, conferences and workgroups. Registration is required.
[View Events](#)
- Tourism Contacts**
Connect with key Tourism authorities.
[View Directory](#)

Invest in SilkRoad

Regulations and Legislation

If you are looking to invest in CAREC Tourism projects it is critical to understand the regulatory framework, financing mechanisms and alternatives for each country and for the region.

[Read more](#)

Investment Projects

If you're an investor you can search among hundreds of projects.

[Search Projects](#)

Возможности для туристов и туристической индустрии

Explore SilkRoad Destinations

Country Guides

- AZERBAIJAN
- CHINA, PEOPLE'S REPUBLIC OF
- GEORGIA
- KAZAKHSTAN
- KYRGYZ REPUBLIC
- MONGOLIA
- PAKISTAN
- TAJIKISTAN
- TURKMENISTAN
- UZBEKISTAN

Destinations and Experiences

- Archaeological, Ancient Monuments
- Culture, Festivals
- Eco-tourism, Nature, Parks, Gardens
- Entertainment
- Monuments, Museums
- Religious Tourism
- Shopping, Market, Bazaar
- Ski, Hiking, Resorts
- Villages, Culture

[Advanced Search >>](#)

Максимизация трафика с его последующей переадресацией на страницы национальных ведомств и сайты туристических организаций частного сектора

Виртуальный туристический портал ЦАРЭС был официально запущен в ноябре 2023 года в ходе Министерской встречи ЦАРЭС в Тбилиси, Грузия.

Видеопрезентация портала ...

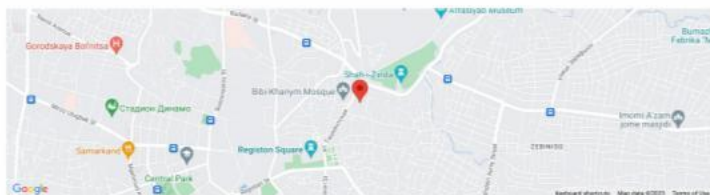
...Портал всё ещё требует дальнейшего развития, чтобы по-настоящему стать эффективной платформой для продвижения, маркетинга и формирования регионального туристического бренда...

Доработка путеводителей по достопримечательностям



Visit Guide to Samarkand Bibi Khanym Mausoleum

Bibi Khanym Mausoleum (bibi being "lady" or "mother") is the most grandiose, largest and most magnificent structure in Central Asia. The mausoleum was built in 1399 in Samarkand by the order of Amir Temur in honor of his beloved wife. The complex consisted of a painted entrance portal of 33-meter height, Bibi Khanym mosque with blue domes, 4 minarets, and a massive marble bookstand for the Holy Quran in the center of the courtyard.



Как добраться



Что ожидает посетителей



Историческая справка



Доступная инфраструктура и услуги



Развитие частного сектора и вовлечение туристов

Полное представление всех тур. объектов

Профессиональная работа с

туристическим контентом — подготовка и редактирование материалов по оставшимся объектам, регионам и туристическим кластерам портала VisitSilkRoad

Рекомендуемые туры

Пакетные предложения от туроператоров, включающие посещение данной достопримечательности

Рестораны

заведения общественного питания, расположенные вблизи достопримечательности

Проживание

Объекты размещения, находящиеся в непосредственной близости от достопримечательности

Развлечения

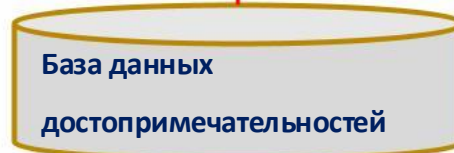
Развлекательная инфраструктура в непосредственной близости от объекта

- Индивидуальные страницы для каждого объекта
- Возможности для B2B- и B2C-взаимодействия
- Присвоение рейтинга качества каждому участнику платформы

...Портал служит основной цифровой платформой для внедрения ключевых инструментов и сервисов...

B2B, G2C, и B2C

Для национальных туристических организаций



- Разработка туристических продуктов и их группировка
- Быстрая публикация и минимизация времени вывода на рынок
- Базовый элемент цифровизации в сфере туризма
- Совместное брендинг, маркетинг и продвижение




- Реестр тур. бизнеса
- Отображение уровня качества до бронирования


Система знаков качества


Управление присутствием в соц. сетях


Присутствие в соцсетях (SNP)
Контент для соцсетей (SNC)
Цифровые тур. сервисы (DTS)


Рекомендации: Визовая политика

 1) Синхронизация списков стран с безвизовым режимом и электронными визами

 2) Повышение удобства и эффективности сайтов и процедур оформления e-Visa

 3) Гармонизация сроков пребывания и других условий безвизового въезда

 4) Чёткое и согласованное информация о визовых требованиях

 5) Потенциальное внедрение региональной визы для цифровых кочевников

 6) Возможность введения совместной визы по программе «второй дом»

Страны ЦАРЭС могут вести совместную работу над согласованием визовой политики для упрощения путешествий по маршрутам Шёлкового пути. При этом синхронизация визовых списков и внедрение совместных виз, таких как виза для цифровых кочевников, сопряжены с определёнными трудностями: министерства иностранных дел предупреждают, что согласование визовых режимов осложняется различиями в национальных подходах к вопросам безопасности.

Рекомендации: Транспортная связанность



1. Улучшение инфраструктуры пограничных переходов
2. Развитие авиасообщения между странами Шёлкового пути
3. Организация экспедиций для оценки инфраструктуры общих туристических маршрутов Шёлкового пути



ПАСПОРТТЫҚ БАҚЫЛАУ
ПАСПОРТНЫЙ КОНТРОЛЬ
PASSPORT CONTROL

Пограничные переходы в регионе ЦАРЭС часто не адаптированы для туристов: они перегружены, плохо оснащены и не обеспечены базовыми удобствами — отсутствует кондиционирование, туалеты, питьевая вода и навигация

Необходимы «зелёные коридоры» для туристических автобусов, подготовка персонала и повышение качества обслуживания. Эти вопросы обсуждаются уже много лет, и хотя появились первые инициативы, прогресс остаётся крайне медленным.

Прочие рекомендации



- 1. Развитие туристических потоков из Китая, Индии и Пакистана**
- 2. Внедрение единых стандартов сертификации**
- 3. Стандартизация сбора и анализа туристических данных**

Ряд стран Центральной Азии уже ввели безвизовый режим для граждан Китая и Индии, что привело к заметному росту числа туристов. Однако визовая политика остаётся несогласованной. Для привлечения туристов из этих ключевых рынков целесообразно внедрить полностью безвизовый режим. Странам ЦАРЭС также стоит рассмотреть возможность введения совместной визы для граждан Пакистана для облегчения передвижения внутри региона.

Кроме того, в условиях растущего числа трансграничных маршрутов становится актуальным внедрение единых стандартов сертификации для гидов и туристических компаний.

На сегодняшний день статистика о туризме в регионе не соответствует международным стандартам, что затрудняет анализ тенденций — в частности, роста количества маршрутов по нескольким странам — и приводит к дублированию данных.

Предложение по созданию Регионального офиса по туризму

В рамках Программы регионального
экономического сотрудничества в
Центральной Азии (ЦАРЭС)



Региональный офис по туризму
— это организация или структура,
созданная для координации и
продвижения туристической
деятельности в пределах
определённого географического
региона.

Такие офисы выступают
катализаторами сотрудничества,
продвижения и устойчивого развития,
способствуя экономическому росту,
культурному обмену, привлечению
инвестиций и охране окружающей
среды в рамках глобальной
туристической экосистемы.

Региональный офис по туризму: преимущества и сложности



ПРЕИМУЩЕСТВА

Координация

Оптимизация и повышение эффективности туристических инициатив за счёт налаженной коммуникации и сотрудничества между заинтересованными сторонами.

Продвижение

Повышение узнаваемости региона и формирование интереса к нему посредством совместных маркетинговых кампаний, рекламных мероприятий и брендинга направлений.

Обмен знаниями

Авторитетный источник информации и лучших практик для путешественников, туроператоров, инвесторов, доноров и других участников туристической отрасли.

Развитие потенциала

Поддержка специалистов, представителей власти и местных сообществ в создании и предоставлении качественных туристических продуктов и услуг.

Устойчивое развитие

Продвижение принципов ответственного туризма, охраны окружающей среды, сохранения культурного наследия и вовлечения местных сообществ.

СЛОЖНОСТИ

Ограниченные ресурсы

Недостаточное финансирование и ограниченные кадровые возможности сдерживают эффективность и масштаб деятельности регионального офиса по туризму.

Конфликт интересов

Сложности в согласовании приоритетов и интересов стран-участниц и заинтересованных сторон затрудняют продуктивное сотрудничество и принятие решений.

Политические факторы

Политические процессы и противоречия могут повлиять на автономность и нейтральность работы офиса.

Пересечение полномочий

Дублирование функций и конкуренция с другими туристическими организациями или государственными структурами ведут к снижению эффективности и несогласованности усилий.

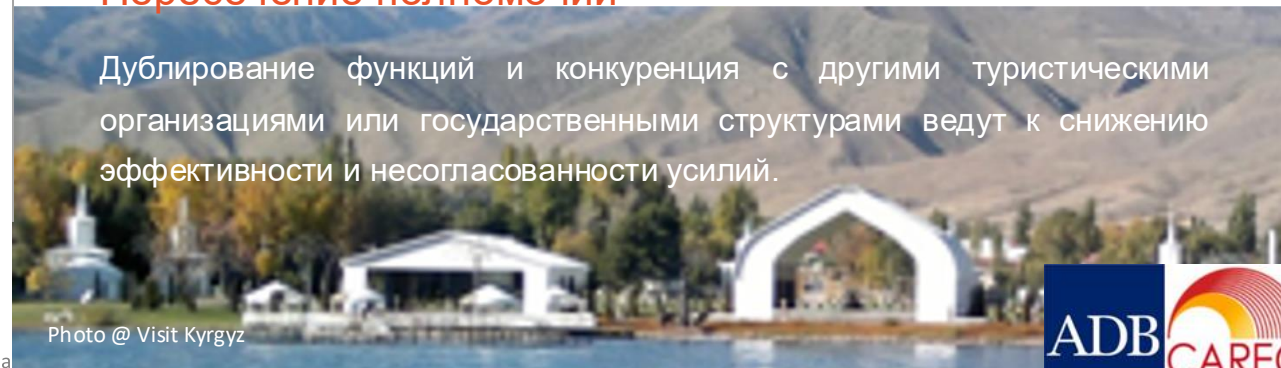


Photo @ Visit Kyrgyz

Модели регионального управления туризмом: единая организация

ЕДИНЫЙ ОФИС

Централизованный орган, координирующий туристическую деятельность на всём региональном уровне. Такая модель предполагает наличие одной ключевой структуры, отвечающей за реализацию инициатив, разработку политики и маркетинговое продвижение туризма.

Преимущества



Эффективность

Упрощённые процессы принятия решений и их реализации.



Согласованность

Единые стандарты и политика по всему региону.



Брендинг

Сильный и целостный региональный бренд с единым маркетинговым подходом.

Недостатки



Бюрократия

Централизованное управление может замедлять реагирование и принятие решений.



Сложность учёта интересов

Трудно разрабатывать программы, одинаково релевантные для всех участников.

Модели регионального управления туризмом: кластерный подход

КЛАСТЕРЫ

Сеть организаций, совместно работающих над достижением общих целей в сфере туризма. Такие объединения могут формироваться на основе географического, политического, экономического или тематического принципа. Модель предусматривает взаимодействие нескольких структур в рамках согласованной координационной платформы.

Преимущества



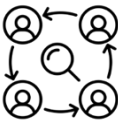
Гибкость

Возможность адаптировать стратегии под местные особенности и потребности.



Инновационность

Разнообразие взглядов и экспертных подходов способствует разработке нестандартных решений.



Совместное использование ресурсов

Объединение знаний, опыта и ресурсов различных организаций.

Недостатки



Координация

Дополнительная фрагментация и сложности при согласовании целей.



Несогласованность

Различия в стандартах и политике между организациями.



Конфликты интересов

Риски конкуренции и противоречий между участниками (например, при организации выставок или подаче заявок на финансирование).

Пример: Субрегион Большого Меконга — Координационный офис по туризму Меконга (МТСО)



Photo @ Azerbaijan Travel

Субрегион Большого Меконга

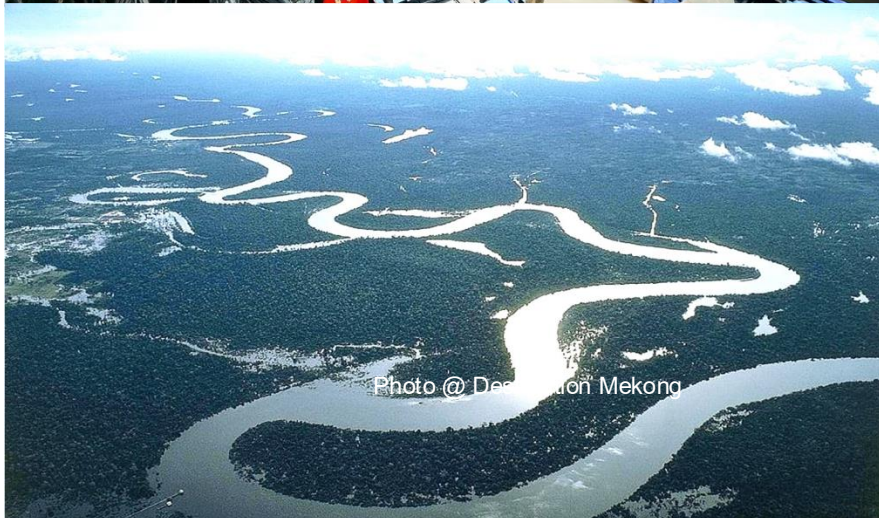


Photo @ Department of Mekong

06

стран,
объединённых
общим природным
ресурсом

52
млн

туристов в 2023 г.

Река Меконг (4,900 км),
имеет ключевое значение
для истории, экономики и
культуры региона.



Субрегион Большого Меконга: **сотрудничество**



ОСНОВАН
1992 г.



КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
(«3С» сотрудничества)



- Связность (Connectivity)
- Конкуренентоспособность (Competitiveness)
- Сообщества (Community)



**ИСТОЧНИКИ
ФИНАНСИРОВАНИЯ**
Страны-участницы
Азиатский банк развития
Международные доноры



МЕХАНИЗМ В СФЕРЕ ТУРИЗМА
Рабочая группа по туризму (TWG)
Координационный офис по туризму в
Меконге (MTCO)

Субрегион Большого Меконга: Рабочая группа по туризму



Состав:

Высшие должностные лица от национальных туристических организаций стран GMS (Субрегиона Большого Меконга).

Проводит заседания не менее двух раз в год в целях:

- – Определения приоритетов реализации задач Рабочей группы и Координационного офиса по туризму Меконга
- – Утверждения ежегодного плана работы и бюджета
- – Координации с другими субрегиональными рабочими группами и механизмами многостороннего сотрудничества
- – Поддержания взаимодействия с партнёрами по развитию
- – Мониторинга выполнения стратегических программ и проектов
- – Подготовки отчётов о ходе реализации для министров туризма GMS и национальных секретариатов

С 2006 года полностью самофинансируемая структура

- Заседания проводятся на ротационной основе (в алфавитном порядке)
- Принимающая сторона оплачивает организацию мероприятия, остальные страны покрывают собственные расходы
- В работе участвуют партнёры по развитию
- Параллельные встречи посвящены конкретным проектам и приоритетным направлениям



Координационный офис по туризму Меконга (МТСО)

- В 2006 году состоялось 16-е заседание **Рабочей группы по туризму стран региона GMS (TWG)**
- Это было последнее заседание, финансируемое Экономической и социальной комиссией ООН для Азии и Тихого океана (UNESCAP) и Азиатским банком развития (АБР)
- Странам предстояло принять решение о дальнейшем формате сотрудничества в сфере туризма
- В настоящее время проходит ратификация «**Соглашения о создании МТСО**» в качестве международной организации
- Инициатива получила известность как **Сиенреапская декларация по туризму на Меконге**
 - Участники согласовали переход к механизму расширенной реализации туризма на принципах самофинансирования, оформив его в виде Координационного офиса по туризму Меконга (МТСО)
 - Стартовый бюджет (на первые два года на запуск офиса и маркетинг): 250 000 долларов США
 - Годовые операционные расходы, включая заработную плату исполнительного директора, программного менеджера и секретаря: 15 000 долларов США от каждой страны, итого 90 000 долларов в год
 - **Министерство туризма и спорта Таиланда** через своё профильное **ведомство по туризму** согласовало размещение офиса МТСО в Бангкоке.



Субрегион Большого Меконга: Туристический форум Меконга



MEKONG TOURISM FORUM 2024

"Visionary Journeys Redefining Tomorrow's Travel"

Lijiang, China 23-25 April 2024

IN PERSON EVENT


REGISTER NOW



2023
MEKONG TOURISM FORUM
RETHINK FOR RESILIENCE AND DIGITALIZATION

MEKONG TOURISM FORUM 2023


Under the theme "Rethinking for Resilience and Digitalization"
24th - 28th April 2023, Preah Sihanouk Province, Cambodia



MEKONG TOURISM FORUM

Rebuild Tourism...Rebound with Resilience

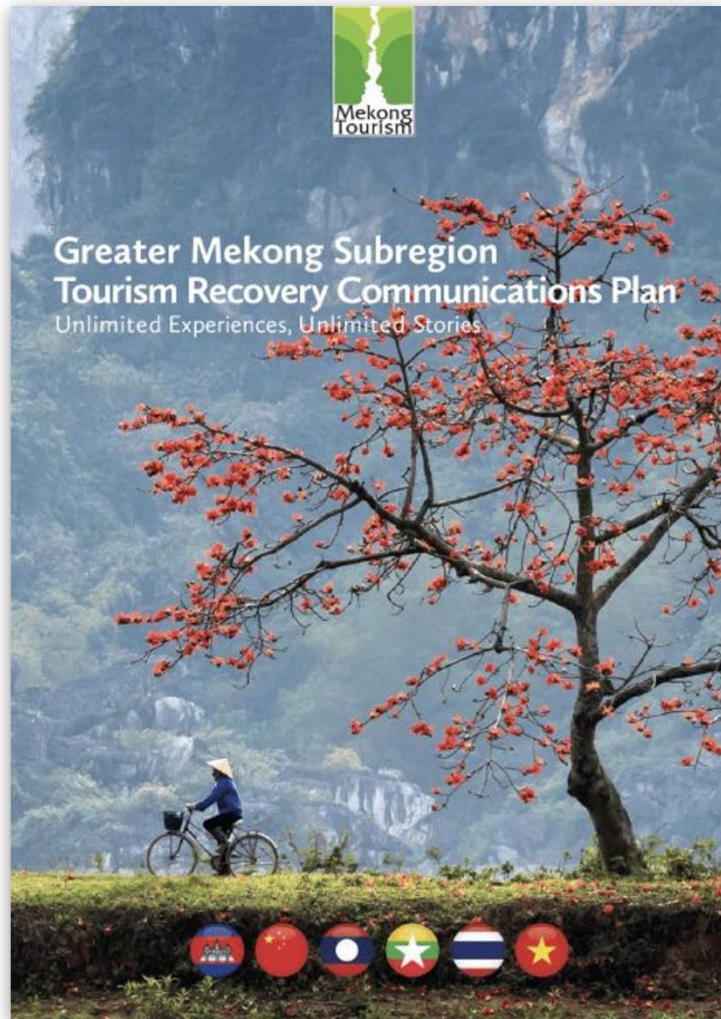
12th October 2022 QUANG NAM, VIET NAM



Register Now

www.mekongtourismforum.org
info@mekongtourism-mtco.org
[@mekongtourismofficial](https://www.instagram.com/mekongtourismofficial/)
[@tourismmekong](https://www.instagram.com/tourismmekong/)

Публикации и методические материалы МТСО



Успешные программы МТСО

- 2017–2021 годы, реализация — МТСО
- Содействие устойчивому туризму
- Поддержка инноваций
- Стимулирование инвестиций
- Вовлечение частного сектора
- Оценена как «высокоэффективная» по результатам независимой оценки благодаря «значительному участию представителей частного сектора».



BambooLao Wins 2018 Mekong Travel Startup Challenge

A reusable bamboo straw producer from the Lao People's Democratic Republic (Lao PDR) beat 111 entrants from across Southeast Asia to take the top prize in the 2018 Mekong Innovative Startups in Tourism (MIST) challenge.

Результаты туристического сотрудничества в рамках GMS



Основные выводы

01

Скоординированное региональное сотрудничество в сфере туризма обеспечивает значительный экономический эффект и способствует развитию инфраструктуры.

02

Такое сотрудничество может начинаться с минимального участия от каждой страны и постепенно масштабироваться.

03

Координацию сотрудничества может обеспечивать Рабочая группа по туризму. Секретариат может быть учреждён и размещён на территории одной из стран-участниц.

Осознаём ли мы, насколько важно региональное партнёрство в сфере туризма?



Принятие решения о будущем совместной работы



Photo @ Uzbekistan Travel