

ADB

Туризм в ЦАРЭС инвестиционные возможности и наращивание потенциала

г. Стамбул 25 июня 2024 года



Содержание

Инвестиции по категориям в секторе туризма

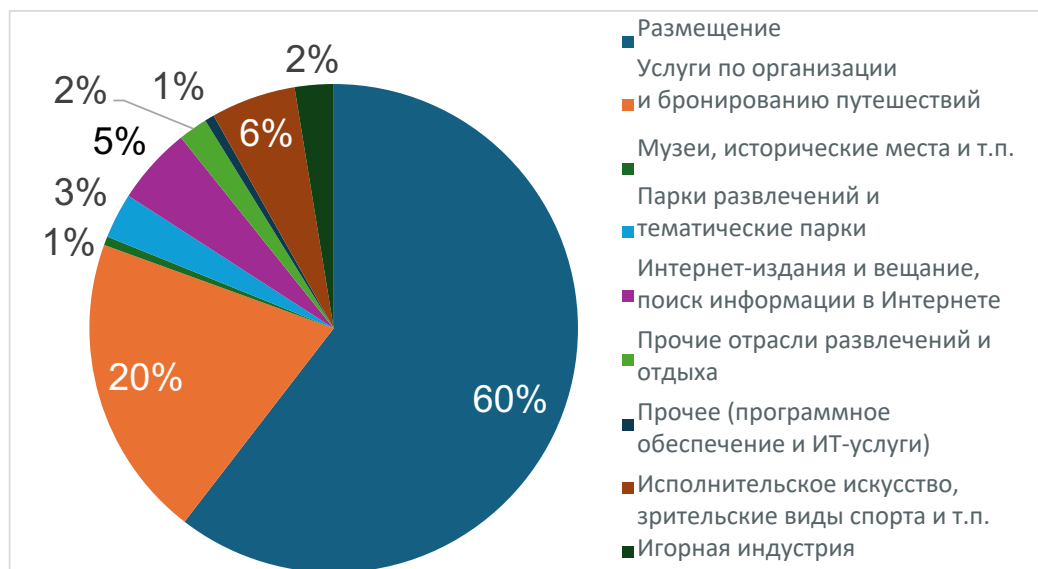
Концепции инвестиционных проектов:

- В области брендинга, маркетинга, продвижения, качества, услуг и навыков
- Модернизация и восстановление исторических и культурно значимых туристических достопримечательностей в интеграции с городским планированием и развитием
- Улучшение инфраструктуры и услуг, экологически устойчивые концепции, включая строительство объектов на основе возобновляемых источников энергии в пилотных районах и сеть общественных эко-туалетов в отдаленных районах.

Куда обычно инвестируют в сфере туризма?

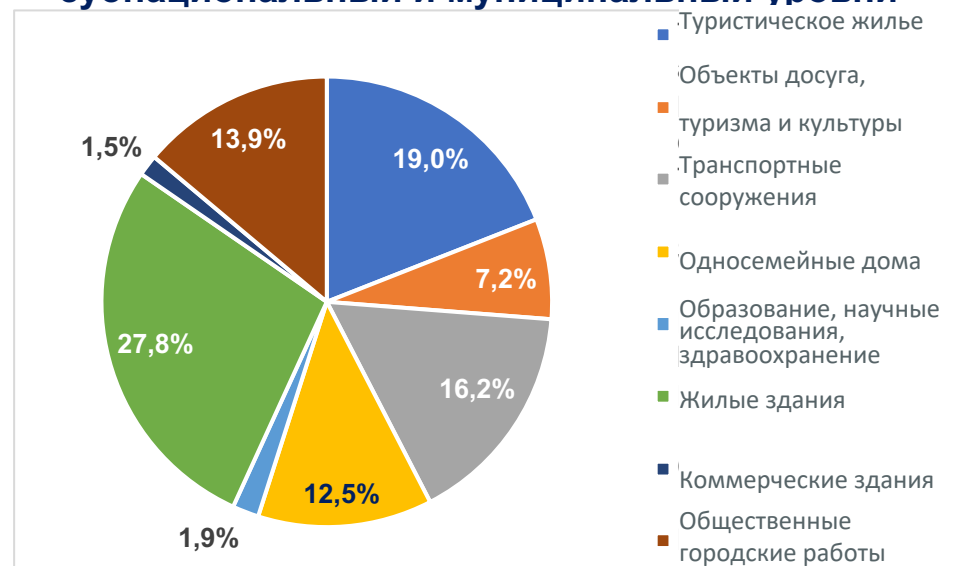
Исследований в этой области почти нет. После Covid было предпринято несколько инициатив

Общее количество проектов ПИИ в сфере туризма



Источник: NWT0/FDi Intelligence, Financial Times, 2020 г.

Типичные инвестиции в туристические районы: субнациональный и муниципальный уровни



Источник: Федеральная статистика Швейцарии, 2020 год для муниципалитетов, зависящих от туризма; Анализ: JCF Strategy Consulting

- По количеству проектов **размещение** занимает 60% проектов ПИИ, что аналогично **59,3%** жилых домов + жилья транснационального и субнационального уровней.
- Все остальные категории в **значительной степени связаны с запатентованными активами, основанными на знаниях, которые принадлежат иностранным промоутерам.**

- **Жилые здания** (40,3%); туристические **объекты** (19%); **транспортные сооружения** (16,2%); **общественные городские работы** (13,9%); образование, научные исследования и здравоохранение (1,9%), а также коммерческие здания (1,5%).
- 61% инвестиций - **частные и кредитные**; **государственные расходы** обычно составляют **39%** инвестиций
- **Политика должна быть направлена на регулирование строительства, землепользования, городского и территориального планирования, на создание условий для кредитования и защиту частных инвестиций и их доходности.**

Содержание

Инвестиции по категориям в секторе туризма

Концепции инвестиционных проектов:

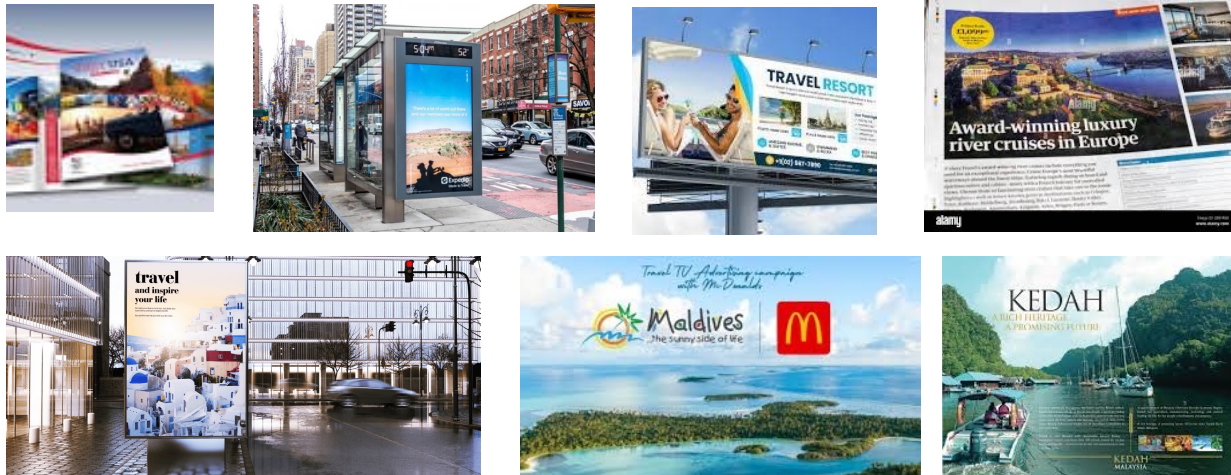
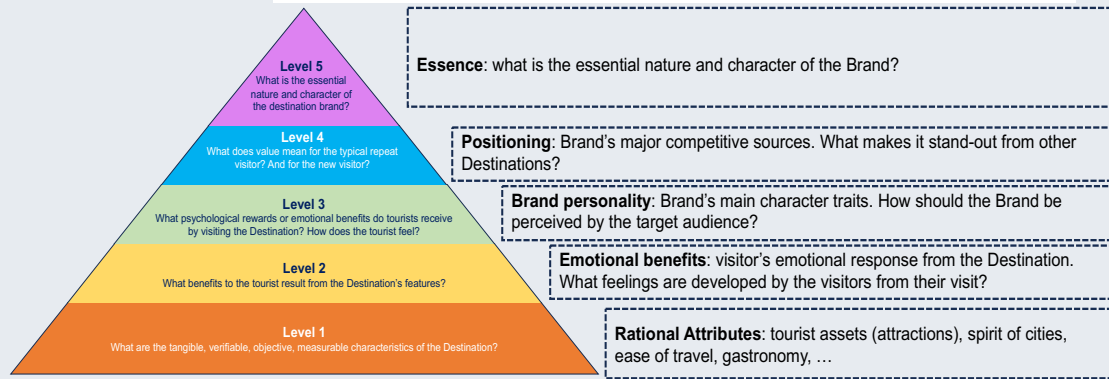
- **в области брендинга, маркетинга, продвижения, качества, услуг и навыков**
 - Модернизация и восстановление исторических и культурно значимых туристических достопримечательностей в интеграции с городским планированием и развитием
 - Улучшение инфраструктуры и услуг, экологически устойчивые концепции, включая строительство объектов на основе возобновляемых источников энергии в пилотных районах и сеть общественных эко-туалетов в отдаленных районах.

...по туризму ЦАРЭС уже имеется веб-портал, нуждающийся в усовершенствовании...

Новые серьезные исследования указывают на необходимость сформировать подход, основанный на опыте, для получения более эффективного и целостного пути!

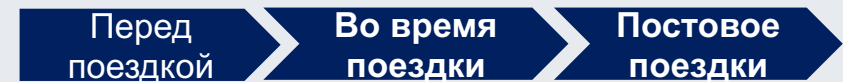
Традиционный брендинг направлений с 2000 года

Уровни модели пирамиды брендинга



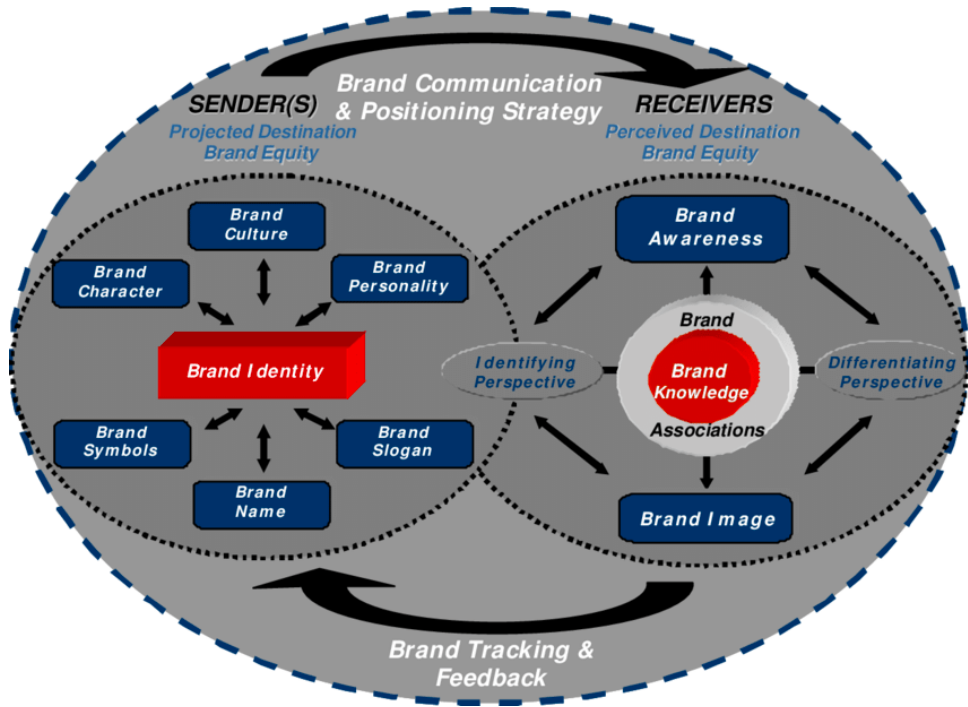
Элементы, основанные на опыте

Модель цифровой сферы брендинга места назначения



... требует интегрированная экосистема брендинга, активов, качества и бизнеса ...

Брендинг места назначения для онлайн- и офлайн-форматов



Базы данных по активам и бизнесу



Система знаков качества



все возможности онлайн-маркетинга и продвижения в полном цикле впечатлений:
перед поездкой, во время поездки и после нее
Реклама в Интернете и работа в социальных сетях

Содержание

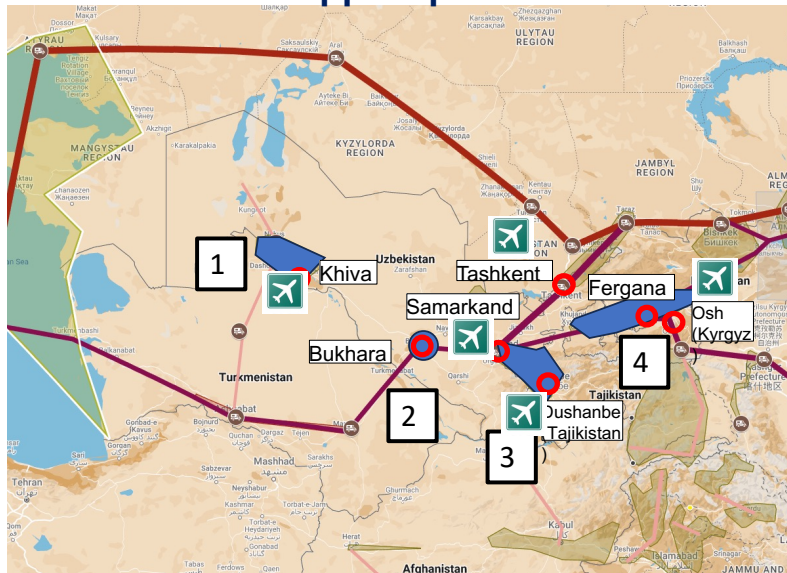
Инвестиции по категориям в секторе туризма

Концепции инвестиционных проектов:

- в области брендинга, маркетинга, продвижения, качества, услуг и навыков
- **Модернизация и восстановление исторических и культурно значимых туристических достопримечательностей в интеграции с городским планированием и развитием**
- Улучшение инфраструктуры и услуг, экологически устойчивые концепции, включая строительство объектов на основе возобновляемых источников энергии в пилотных районах и сеть общественных эко-туалетов в отдаленных районах.

... Модернизация и восстановление исторических и культурно значимых туристических объектов в интеграции с городским планированием и развитием, пример Узбекистана совместно с Туркменистаном, Таджикистаном и Кыргызстаном,

Пример планирования выбранной территории



Среднее пребывание
2,2 дня (отечественные)
2,4 дня (иностранцы)

Режим транспортировки
Автотранспорт: 90% < 1,000 км
От +1 000 км: авиа 96%

Иностранцы
прибывают из
Казахстана – 47%
Таджикистана – 20%
Кыргызстана – 20%

Международные аэропорты
TAS, SKD, DYU, OSS, UGC

Данные о посещаемости кластеров, потенциале развития и региональной значимости

Первый уровень

Второй уровень

Третий уровень

Обусловленный спросом

Четвертый уровень

DV - местные туристы

INV - международные туристы-соседи

IDV - Межд. туристы из далека

№ кластера	Название	Ср. состояние	# DV	# INV	# IDV	Внут. туристы	Между н	Потен ц, развт	Регио н. акт.	Балл
4	Из Худжанда в Джалалабад	5,9	1 594 500	808 000	1 827 500	1,6	2,1	5,0	5,0	25,0
3	из Самарканда в Душанбе	7,1	4 722 250	2 920 000	1 725 250	1,8	2,0	4,4	5,0	21,8
	Из Ташкента в Тараз	7,8	8 495 000	4 405 000	4 910 000	2,2	2,5	4,0	5,0	20,0
1	Нукус и Хивинский район	7,3	670 000	510 000	620 000	2,0	2,0	4,0	4,0	16,0
2	Город Бухара и озеро Тудакуль	6,8	3 480 000	1 765 000	1 005 000	2,5	2,5	4,0	4,0	16,0
	Озеро Айдаркуль	8,0	na	na	na	na	na	3,0	3,0	9,0

... Время прохода – расстояния между кластерами. Основные проблемы: между кластерами ничего нет, а пограничные пункты пересечения границы больше всего мешают региональному потоку туристов ...

Планирование для выбранной местности



... существуют значительные различия между различными ключевыми рынками...

Внутренние туристы (DV): сосредоточены в крупных городах. Немногие выбирают посещение туристических объектов в местных районах, что обусловлено:

- **Большинство из них совершают короткие поездки в качестве туристов** и поэтому не посещают многие туристические места;
- Большинство поездок совершается с целью **посетить и остановиться у своих знакомых**. Большие временные **расстояния и плохая доступность** мешают туристическим поездкам к активам в местных регионах;
- **Не пользуются предложениями туристических операторов, посещая только известные достопримечательности.**

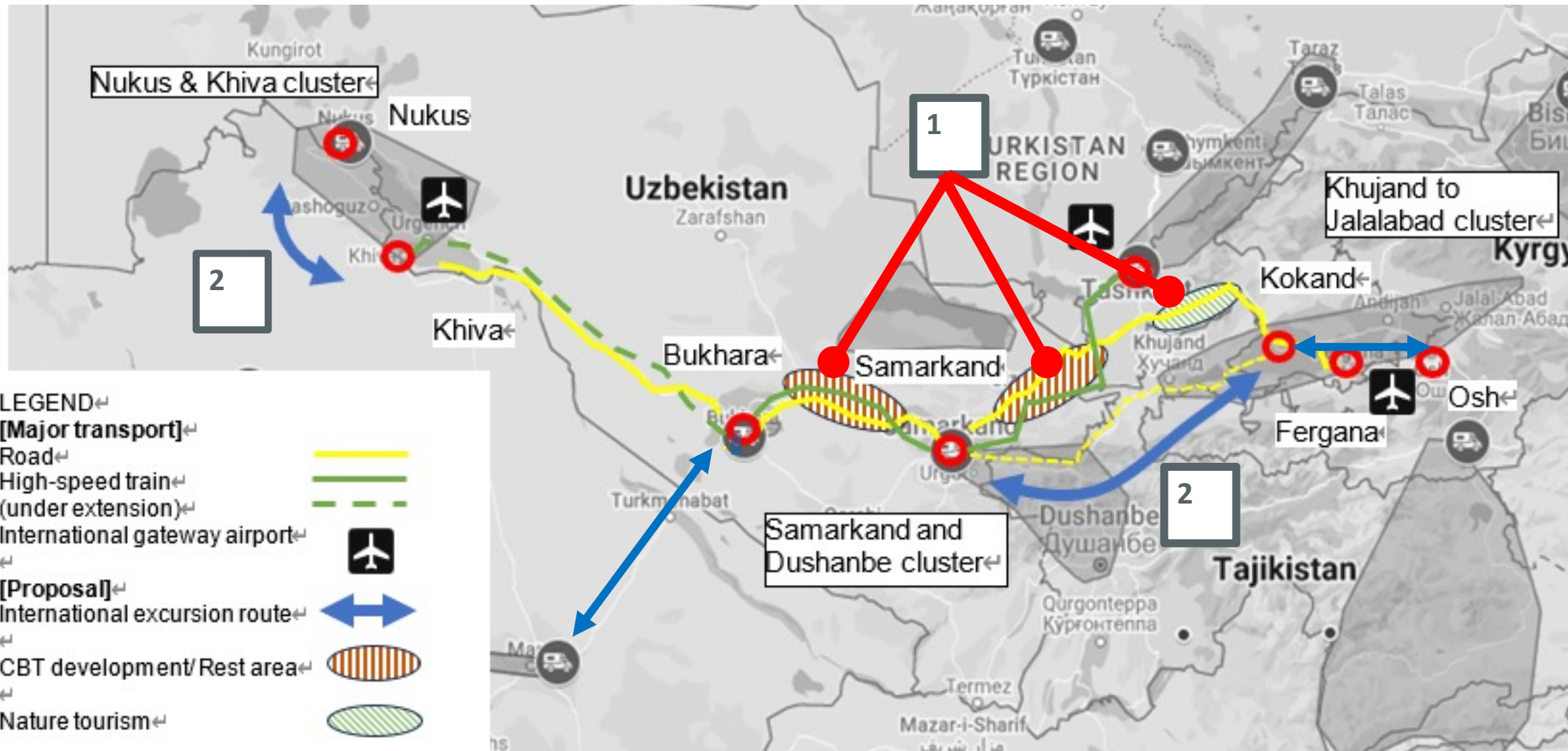
Международные туристы из соседних стран (INV): количество туристов в крупных городах Узбекистана составляет около 600 тыс. – 1 млн. человек в год. Число посетителей других туристических направлений составляет менее 300 000 человек.

- **Значительная часть из них преследует личные цели** (например, посещение семьи или друзей), что приводит к большему числу **посещений городских центров** по сравнению с другими туристическими объектами;
- Большинство поездок совершается с целью **посетить и остановиться у своих знакомых**. Большие временные **расстояния и плохая доступность** мешают туристическим поездкам к активам в местных регионах;
- **Редко пользуются услугами туристических операторов, а потому** могут посещать только известные достопримечательности.

Международные туристы из дальних стран (IDV): Количество туристов, посещающих объекты исторического наследия, составляет около 300 000 – 500 000 человек в год. Есть **некоторые различия в количестве посетителей в разных регионах**.

- **Основные направления с историческим наследием и**
- **Их предпочтения не зависят от расположения туристических объектов или удобства доступа к ним.**

... Предложение: 1. Развитие туризма на магистральных маршрутах между кластерами; 2. Создание международных экскурсионных маршрутов; 3. Бесперебойная связь воздушного, железнодорожного и наземного транспорта



1. Развитие туризма на магистральных маршрутах между кластерами

Темы:

- **Сокращение времени, затрачиваемого на дорогу:** Низкие цены на авиабилеты между пунктами с наибольшими расстояниями (например, пакет местных проездных билетов по низкой фиксированной цене); доступные тарифы и увеличение частоты высокоскоростных железнодорожных рейсов
- **Придорожный отдых и экскурсионные виды спорта**
- **Местный агротуризм и туризм на базе общин**

Придорожные места отдыха

Пример придорожной зоны отдыха с сопутствующим музеем



www.tochigiji.or.jp



www.grand-carcassone-tourism.co.uk

Примеры придорожных зон отдыха в Казахстане и Японии



www.tg.tripadvisor.jp

Агротуризм, общинный туризм

Существующий туристический объект "Агра" (Тюпский район, Иссык-Куль, Кыргызстан)



Агро-туристический виноградник (Казахстан)



2. Создание международных экскурсионных маршрутов

Тема:

- Сокращение времени, затрачиваемого на дорогу: Улучшение пунктов пересечения границы; виза Шелкового пути с ускоренным прохождением границы

Действующие ППГ в регионе



Пример: Наземный порт Агартала между Индией и Бангладеш



3. Бесперебойная связь воздушного, железнодорожного и наземного транспорта

Тема:

- Улучшенная информация и удобство:
 - Таблички и информация на двух языках (один из них – английский);
 - Комфортные трансферы; удобные билеты/электронные билеты;
 - Парковки на окраинах основных достопримечательностей с хорошим и частым общественным транспортом до туристических зон

Содержание

Инвестиции по категориям в секторе туризма

Концепции инвестиционных проектов:

- в области брендинга, маркетинга, продвижения, качества, услуг и навыков
- Модернизация и восстановление исторических и культурно значимых туристических достопримечательностей в интеграции с городским планированием и развитием
- **Улучшение инфраструктуры и услуг, экологически устойчивые концепции, включая строительство объектов на основе возобновляемых источников энергии в пилотных районах и сеть общественных эко-туалетов в отдаленных районах.**

Сеть экотуалетов крайне необходима во всем регионе ЦАРЭС, особенно в отдаленных районах, где расположены важные природные достопримечательности.

В качестве пилотной была выбрана Иссык-Кульская область, где были проведены консультации

Почему Иссык-Куль?



- Место, славящееся своим захватывающим дух озером и нетронутой природной красотой, Иссык-Куль **привлекает туристов по всему миру. Основная зона притяжения туристов в Кыргызской Республике**
- Иссык-Куль сталкивается со **значительными экологическими и инфраструктурными проблемами** из-за традиционных санитарных сооружений.
- Экотуалеты предлагают устойчивое решение, позволяющее решить как санитарные, так и экологические проблемы.
- Защита девственной окружающей среды Иссык-Куля, предотвращение загрязнения водных источников.
- Снижение рисков загрязнения, сохранение природных ландшафтов.
- Обеспечение здоровья и гигиены населения
- Снижение риска заболеваний, передающихся через воду, и загрязнения.
- Обеспечение чистых и **гигиеничных санитарных условий.**
- Содействие общему здоровью и благополучию благодаря **устойчивому управлению отходами.**

Различные типы достопримечательностей и места их расположения требуют различных решений

Интегрированная система: большая удаленная территория, пример – национальные парки



- Интегрированные зоны с сортировкой мусора, эко-туалетами, возможно, размещением на ночь
- Полезен в национальных парках
- Техническое обслуживание должно обеспечиваться администрацией парка за счет платы за вход и государственного бюджета

Изолированное сооружение в отдаленном районе



- Простые сухие туалеты: не требуют особого ухода, просты в использовании, экономичны, портативны для зимних месяцев
- Полезны на пешеходных маршрутах и в юртовых лагерях
- Обслуживание должно осуществляться концессионерами юртовых лагерей
- Механизмы ГЧП для юртовых лагерей

В городских квазигородских районах вблизи основных достопримечательностей



- Оплата за использование
- Раздельные устройства для компостирования нечистот:
- Экономия воды
- Рециклинг биогенных веществ
- Контроль запахов

Спасибо

The logo for the Asian Development Bank (ADB), consisting of the letters 'ADB' in white serif font on a dark blue square background.