

УДК 631.162 (477.75)

ВОЗРОЖДЕНИЕ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ - ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Логвина Е. В.

Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с возникновением Шелкового пути, возрождение трансконтинентальной торговой магистрали между всеми странами – участниками маршрута по Великому шелковому пути.

Ключевые слова: Великий шелковый путь, туристический продукт, туризм, трансконтинентальная торговая магистраль, WTO.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы. В эпоху глобализации, когда транснациональные компании заинтересовались в возрождении межконтинентального маршрута, Великий шелковый путь становится социальной необходимостью, требующей времени.

Целью работы является рассмотрение возрождения Великого шелкового пути, и, прежде всего как туристического.

Изложение основного материала.

В истории человеческой цивилизации есть немало примеров длительного взаимовыгодного культурного и экономического сотрудничества между странами и народами с различными политическими, религиозными и этническими традициями. Например, существовал легендарный путь "из варяг в греки", довольно длительное время действовавший между Русью и скандинавскими странами (Швеция, Норвегия, Дания). Известен в истории и соляной торговый путь, который проходил по Африканскому континенту, пролегая в основном через пустыню Сахару. Но самым значительным, широко известным в мире являлся Великий шелковый путь, протянувшийся от берегов Атлантического океана до берегов Тихого, пересекавший весь Азиатский континент и соединявший страны Средиземноморья с Дальним Востоком в древности и раннем средневековье. Это была не просто дорога или даже система дорог от океана до океана, это был сложнейший культурно—экономический мост между Востоком и Западом, соединявший народы в их стремлении к миру и сотрудничеству. Возникновение Великого шелкового пути относится ко II в. до н. э. А сам термин "Великий шелковый путь" был введен в историческую науку учёными XIX столетия, после того как в 1877 году немецкий путешественник и историк К. Рихтгофен написал свою работу "Китай", в которой он впервые и определил этот торговый путь по восточным странам названием "шелковый путь" [1].

Протяжённость Великого шелкового пути составляла 12 тыс. километров,

поэтому мало кто из торговцев проходил всю шёлковую дорогу полностью. В основном они старались путешествовать посменно и обменивать товары где-то на полпути [2].

В средние века бесчисленные торговые караваны следовали с Востока на Запад и обратно через нынешний Судак. Многочисленные исторические источники свидетельствуют о том, что купеческие караваны с самыми разнообразными товарами с проторенных путей направлялись в средние века на берега Черного моря, останавливаясь в караван-сараях Солхата (Старый Крым), Кафы (Феодосия) и Сугдеи (Судака). С развитием морских путей Судак превратился в один из самых крупных торговых пунктов на Великом шёлковом пути. Это один из самых очаровательных уголков по Шелковому пути. По Великому Шелковому Пути пролегал множество городов с многовековой историей - Ташкент и Самарканд, Бухара и Хива, Тегеран и Баку. Минарет Калян в Бухаре, который в течение многих столетий доминировал над городом, стал современной телевизионной башней. Караванные тропы сегодня пересекают современные автобаны; железные дороги были построены вдоль караванных маршрутов. В 1988 году ЮНЕСКО одобрил проект "Всеобъемлющее исследование Шелкового пути — пути диалога", предназначенный на 10 лет. Этот проект был предназначен для крупномасштабного и детального изучения истории древнего маршрута, формирования и развития культурных связей между Востоком и Западом, улучшение отношений между нациями, населяющими Евразийский континент [3].

В 1993 году Генеральная Ассамблея ООН приняла решение о возрождении Великого Шелкового Пути в качестве важного канала международного сотрудничества в области дипломатии, культуры, науки, торговли и туризма.

Транспортные коммуникации и туризм, стали важными составляющими бренда "Великий Шелковый Путь". В настоящее время ведущую роль в возрождении древнего маршрута принадлежит Всемирной туристской организацией (ВТО), которая осуществляет долгосрочный проект под названием "Туризм на Великом Шелковом Пути". Единая концепция трансконтинентального туризма была разработана туристическими компаниями из девятнадцати стран Великого Шелкового Пути – Узбекистан, Кыргызстан, Туркменистан, Казахстан, Таджикистан, Иран, Грузию, Армению, Азербайджан, Китай, Пакистан, Турция, Япония, Индия т.д. Развитие транспортных коммуникаций на Великом Шелковом Пути также вносит вклад в ее возрождение. За годы независимости транспортные системы Узбекистана, Кыргызстана и Туркменистана получили новые рынки сбыта в Китай, Иран и через Грузию в Турцию [3].

Шелковый путь представляет собой региональный проект, направленный на консолидацию усилий туристских компаний стран Шелкового пути по продвижению туристского продукта на рынки развитых стран.

Направления проекта включает в себя следующее:

- совместное продвижение туристического продукта на рынки развитых стран;
- совместное участие в международных ярмарках;
- издание совместной печатной рекламы и рекламных материалов;
- совместное продвижение туров по Шелковому Пути.

Участники проекта. Список участников проекта включает в себя лучшие туристические компании стран Шелкового Пути: Армению, Грузию, Азербайджан, Туркменистан, Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан, Казахстан, Китай (Синьцзян).

Цели. Основная цель проекта - организация и продвижение на международных рынках различных совместных многонациональных туров вдоль Шелкового Пути на самом высоком уровне в плане качества и доступных цен.

Задачи:

- содействие в странах Шелкового Пути продвижения туристского продукта на рынки развитых стран;
- расширить сферу оказываемых услуг за счет повышения эффективности маркетинговой деятельности и сокращения маркетинговых расходов;
- создание совместной рекламной продукции и активизация ее эффективности;
- взаимное представление и содействие друг другу с существующими и потенциальными партнерами.

Создание совместного туристического продукта. Совместный туристический продукт членов проекта Шелкового Пути включает в себя различные формы культурных и активных региональных туров. Наиболее популярными среди них являются следующие:

а) туристические туры – треугольник, предлагающие посещение трех соседних стран в течение одной поездки;

б) циркулярные туры - представляют из себя тур по кругу нескольких соседних стран, с началом и окончанием тура в одной и той же стране;

с) транснациональные туры предлагают путешествия, которые начинаются в одной стране, а заканчиваются в третьей, четвертой или пятой стране после пересечения территории этих стран. Таким образом, транснациональные Гранд тур по Великому Шелковому Пути начинаются в Армении, в Грузию, Азербайджане, Туркменистане, Узбекистане, Таджикистане, Кыргызстане, Казахстане и заканчивается в Китае (Приложение И).

д) радиальные экскурсии предполагает пребывание в одной стране, в качестве базы одно-, двух- или трехдневные поездки в соседние страны.

Миссия. Сегодня на международном туристическом рынке конкурируют не только туристические компании, но и страны и даже целые регионы.

Основные конкуренты на Великом Шелковом Пути в качестве туристического продукта являются поездки в Африку, Латинскую Америку, страны Азиатско-Тихоокеанского региона, а также другие. В рамках жесткой конкуренции, странам и их туристическим компаниям придется искать новые способы продвижения продукции. Из опыта известно, что одним из наиболее эффективных путей для достижения этой цели является консолидация усилий нескольких компаний или нескольких странах. Такая интеграция позволяет сокращению расходов, связанных с маркетинговой и рекламной деятельностью, в то же время значительно повышает его эффективность [4].

Эти идеи лучших туристических компаний из Армении, Грузии, Азербайджана, Туркменистана, Узбекистана, Таджикистана, Кыргызстана, Казахстана и Китая

были использованы при участии в проекте, направленном на развитие "Шелкового пути". Таким образом, были организованы многочисленные международные выставки.

Совместные проекты. По общим усилиям туристических компаний, проекта Шелкового Пути разрабатывает и вводит в практику крупномасштабные туристические проекты:

- международные туристические экспедиции: «По следам Марко Поло», «По следам Александра Македонского - военные кампании в Азии», «По стопам Чингизхана вдоль Великого шелкового пути»;

- международные автопробеги по странам Шелкового Пути;

- многонациональные туры «Сокровища всемирного наследия на Шелковом пути» и " Культурные и приключенческие туры по Шелковому Пути".

Путешествие по маршрутам Великого Шелкового пути является уникальной возможностью для того, чтобы войти в контакт с бесценным наследием, разработанным народами, живущими в этом регионе. Маршруты легендарной трансконтинентальной торговой магистрали - Великого шелкового пути не раз пересекали территории стран. На сегодняшний день не осуществляется создание единого туристического маршрута по ВШП, который бы соединил Европу и Азию. Многие страны сначала пытаются воссоздать маршруты и достопримечательности по их территории.

Турция имеет важное значение для развития ВШП. Сейчас она участвует в ряде программ по развитию ВШП: созданию магистрали, а также разработке маршрутов по ВШП.

Украина, а именно Крым, стали неотъемлемой частью развития проекта ЮНЕСКО «Всеобъемлющее исследование Шелкового пути — пути диалога» В Судак проводится международная ярмарка-фестиваль "Великий шёлковый путь", посвященная формированию дружеских взаимосвязей и укреплению делового сотрудничества между городами Востока и Запада. В проекте предусмотрено развитие создания Международного муниципального клуба и инвестиционного фонда «Великий шелковый путь», разработки и организации международной торговой марки и сети торговых домов «Великий шелковый путь», проведения новых туристических маршрутов, создание постоянной международной рабочей группы по возрождению "Великого шёлкового пути".

Кроме этого, в рамках проекта предусмотрено проведение выставки "Крым – край виноделия" и выставки "Культурное наследие Крыма". На сегодняшний день в Крыму нет маршрутов по ВШП.

Узбекистан. Узбекистан хорошо сохранил реликвии со времен, когда Средняя Азия была центром империи Тамерлана, что также совпало с развитием обучения и торговли. Города современного Узбекистана, включая Самарканд, Бухару, Хиву, Шахризабз и Ташкент живут в воображении Запада как символы восточной красоты и таинственности [5].

Китай. Сегодня Министерство по туризму Китая, а так же множество других туристических и транспортных организаций уже восстановили несколько историко-туристических маршрутов Великого шелкового пути.

Не удивительно, что именно в Китае настолько сильно и быстро идет восстановление туристических объектов, маршрутов и инфраструктуры, так как это начало Великого шелкового пути [6].

По данным ВТО и ЮНЕСКО, Великий шёлковый путь к 2020г. превратится в самый привлекательный маршрут для туристов, способный принять на свои просторы треть всех путешественников мира. Восстановление Великого шелкового пути сегодня иницируется и диктуется извне. В этом в первую очередь заинтересованы государства, являющиеся крупными геополитическими игроками не только в регионе, но и в мире в целом. Великий шелковый путь является древней трансконтинентальной торговой магистралью, которая на протяжении веков связывала Восток и Запад. Общественный интерес к Великому Шелковому Пути увеличился в начале 1990-х годов, когда пять стран Центральной Азии, на территории которых были пересекаемые основные караванные тропы в прошлом, обрели независимость. Там возникла идея по возрождению древней магистрали в качестве основного канала мирового сотрудничества в сферах дипломатии, культуры, науки, торговли и туризма [7]. Эта концепция была представлена на Генеральной Ассамблее ООН в Бали в 1993 году. Всемирная туристская организация играет важную роль в реализации концепции "Великого шелкового пути возрождения».

За последнее десятилетие ВТО сделала многое для развития и продвижения туризма по маршрутам Великого Шелкового Пути. Были организованы международные форумы, ярмарки и конференции, в которой большое количество представителей индустрии туризма приняло участие; были опубликованы издания. Особое внимание было уделено маркетинговой стратегии в данной области. Для того, чтобы объединить все страны и частные лица, заинтересованные в возрождении древних шоссе, в 1994 году ВТО совместно с ЮНЕСКО в Узбекистане созывается первое международное совещание "Великий Шелковый Путь". Все девятнадцать стран, участвующих в работе конференции, приняли проект декларации "Самарканд - туризм по Шелковому Пути". Этот проект был поддержан многими странами и международными организациями. В настоящее время индустрия туризма в действительности обладает огромным потенциалом, и она вносит свой вклад в прогресс во многих других областях и сферах. Как никакое другое направление деловой активности, туризм, чрезвычайно устойчив к экономическим кризисам. В центре этого явления лежит необходимость людей узнать об окружающем мире как можно больше. Великий Шелковый Путь, как туристический продукт имеет ряд особенностей, которые отличают его от обычного маршрута. Например, классический тур представляет собой путешествие по одной определенной стране. Тур по Великому шелковому пути является транснациональным маршрутом, который предоставляет путешественникам возможность посетить несколько стран, а также познакомиться с древней культурой и современной жизнью, таким образом, получить больше знаний и впечатлений, чем в классической экскурсии.

В середине 1990-х годов в целях разработки комплексной концепции трансконтинентального маршрута ВТО создает проект под девизом

"Сотрудничество и совместные усилия, несмотря на границы". Это является новой и довольно сложной задачей, так как до этого времени по Великому шелковому пути были не реализованы потенциальные туристические ресурсы, которые должны быть преобразованы в важный комплексный турпродукт. Для достижения этой цели в различные секторы индустрии туризма должны быть вовлечены: гостиничные цепи, туроператоры, туристические и транспортные агентства и государственные органы. На первой из серий международного форума WTO, которая состоялась в Сиане (Китай) в июле 1996 года, была принята новая международная маркетинговая стратегия странами-участницами. На этом форуме было представлено 110 поездок для руководителей компаний, туроператоров, владельцев крупных отелей, ученых и журналистов из 25 стран, а также представителей ЮНЕСКО и ПРООН. Впервые WTO получила возможность оказывать помощь странам Шелкового пути в построении тесных деловых отношений с туроператорами на ведущих туристических рынках. Основная цель стратегии на рынке заключалась в том, чтобы создать стабильный и постоянно растущий спрос на новые поездки продукта. Основным источником данных для разработки маркетинговой стратегии стал "Научно-исследовательский проект по оказанию помощи туристического обмена в развивающихся странах и странах, на территории Великого Шелкового Пути". В рамках проекта был создан туристический центр обмена в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АРТЕС), созданный в 1995 году. Кроме того, был создан Комитет по поддержке туризма в странах Шелкового Пути. Следующие шаги в рамках маркетинговой стратегии, были проведены в феврале 1998 года, во время последующего туристического форума по Шелковому Пути, состоявшегося в Киото (Япония). В связи с тем, что Япония остается одной из самых важных рынков, главная цель форума заключалась в дальнейшем изучении ее туристического потенциала и особенностей. Методы повышения качества туристского продукта и повышения своей конкурентоспособности на международных рынках были широко обсуждены на семинаре туроператоров в странах Шелкового Пути. Этот семинар был проведен в Алма-Ате (Казахстан). Участники дали критические оценки о проделанной работе, выявили сильные и слабые стороны туристского продукта и разработали эффективные меры по ее совершенствованию. После форума в Сиане, где были разработаны маркетинговые стратегии и соответствующие планы действий, WTO реализовывает и ищет методы совершенствования новых туристических продуктов, в связи с изменениями в существующих туристических рынках разных стран. Третий международный форум в WTO, который состоялся в ноябре 1998 года в Тбилиси (Грузия), был посвящен этим вопросам. На специальной сессии в рамках этого форума, посвященного Грузии, представители стран-участниц представили подробную информацию о стране в целом, а также мерах, направленных на развитие индустрии туризма в стране. Рыночные отношения могут стать основой для современной индустрии туризма на Великом Шелковом Пути. Туризм, больше чем в любой другой сфере экономики, ориентирован на потребителей, их потребности и интересы. Поэтому участникам этого форума в Грузии, были представлены программы развития в соответствии с настоящими условиями [8].

Тесное сотрудничество ВТО и стран-участниц в проекте "Великий Шелковый Путь" дают рекомендации для секретариата Всемирной туристской организации принять эффективные меры для того, чтобы создать образ "Шелковый путь" в качестве жизнеспособного туристического продукта и создать полную базу данных о своих маршрутах на международных рынках. Сегодня ВТО является единственной в мире межправительственной организацией, посвященной путешествиям и туризму. Туризм помогает привести народы и страны к сотрудничеству, он способствует формированию глобальной культуры, которая поглощает духовные сокровища из древних и современных цивилизаций. Большое значение для этого процесса является проекта возрождение Великого шелкового пути, который проводится под эгидой Всемирной туристской организации. Благодаря вложению средств и все большому интересу туристов к азиатскому региону, вдоль Великого шелкового пути получили развитие такие виды туризма как: паломнический (Самарканд, Хива, Бухара), альпинизм (Узбекистан), слалом (Узбекистан), конный (Центральная Азия), экзотический (Центральная и Восточная Азия), пешеходный (вдоль всего маршрута), пустынный (Китай – пустыни Такла-Макан, Гоби; Турция – Негев и Арава; Каракумы и Кызылкум – на территории Узбекистана и Кыргызстана), круизный (Китай – р. Янцзы) и др. Туристических организаций, которые занимаются такого рода турами еще недостаточно. В Крымском регионе – это организация «Слоу Фуд Крым».

ВЫВОДЫ

Благодаря тому, что этот проект направлен абсолютно на все группы туристов (студенты, люди 3 возрастной группы, школьники, любители экзотики и др.), ВТО согласно своим маркетинговым подсчетам считает, что уже в 2020 году по этому маршруту будут путешествовать третья часть всех туристов в мире.

Список литературы

2. Озерова Н.Г. Великий шелковый путь: формирование и развитие / Н.Г. Озерова // (научно-методическое пособие) – Т.: Изд. ТЭИС, 1999. – 224с.
3. Петров А.М. Великий Шелковый путь / А.М. Петров – М., 1995. – 327с.
4. Silk road [Электронный ресурс]: 2000 – 2009 – Режим доступа : <http://www.silkroadandbeyond.co.uk>
5. FANTASIA [Электронный ресурс] – 2009 – Режим доступа : <http://www.fantasticasia.net>
6. Advantour - on the life crossroads civilization [Электронный ресурс] –2001-2008 – Режим доступа :<http://www.advantour.com/rus/silkroad/index.htm>
7. Туристическая компания «Центральная Азия» [Электронный ресурс]: – Режим доступа : <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1194780780>
8. Руководство проекта «Шелковый Путь» [Электронный ресурс] – 2001-2009 – Режим доступа : <http://www.travelchinaguide.com/silk-road>
9. Фонд Шелкового Пути [Электронный ресурс] – 2001-2009 – Режим доступа : <http://www.silk-road.com>

Логвіна О.В. Відродження Великого шовкового шляху - одне з напрямлень у туристському бізнесі / О.В. Логвіна // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Географія. – 2011. – Т.24 (63). – № 2, ч. 2 – С. 188-195.

У даній статті розглядаються питання виникнення Великого шовкового шляху, відродження трансконтинентальної торгової магістралі між усіма країнами - учасниками маршруту Великий шовковий шлях.

Ключові слова: Великий шовковий шлях, туристичний продукт, туризм, трансконтинентальна торгова магістраль, WTO

Logvina E.V. Revival of the Great Silk Road as of the tendencies of tourism industry / E.V. Logvina // Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. – Series: Geography. – 2011. – Vol. 24 (63). – № 2, p. 2 – P. 188-195.

In this article are considered questions related to the emergent of the Great Silk Road, revival of transcontinental trade route between the countries, participants of the route along the Great Silk Road.

Keywords: the Great Silk Road, tourist products, tourism, transcontinental trade route, UNWTO.

Поступила в редакцію 08.04.2011 г.