



Доклад о приоритетах государств-членов: Опрос в целях подготовки Плана действий по Шелковому пути ЮНВТО на 2014-2015 гг.

Предварительное примечание

В этом докладе анализируются результаты Опросника **Плана действий по Шелковому пути ЮНВТО на 2014-2015 гг.** Цель данного опроса состоит в выявлении **приоритетов государств-членов** для подготовки Плана действий по Шелковому пути ЮНВТО на 2014-2015 гг. Определение направлений деятельности Программы ЮНВТО по Шелковому пути, а также выделение ресурсов на следующие два года имеют решающее значение. Это мероприятие проводится в рамках общего опроса членов с целью внесения вклада в разработку общей Программы работы ЮНВТО на 2014-2015 годы.

Опрос был нацелен на 31 государство-член, участвующее в Программе ЮНВТО по Шелковому пути.* Он был разработан в соответствии с решениями заседания Рабочей группы (Баку, Азербайджан, 22-23 апреля 2013 года) и позволил членам определить приоритеты среди предложенных Рабочей группой видов деятельности. Респонденты были уведомлены о том, что для осуществления многих из этих предлагаемых видов деятельности потребуются изыскивать значительные дополнительные финансовые ресурсы. Государствам-членам также предлагалось представить информацию о нынешнем уровне осуществляемой каждой страной деятельности в контексте Шелкового пути с целью измерения воздействия работы, проводимой Программой ЮНВТО по Шелковому пути.

Что касается методологии, государствам-членам было предоставлено в общей сложности четыре месяца для заполнения опросника,- начальный срок двух месяцев был продлен по просьбе государств-членов. В целом 22 страны заполнили опросник, который состоял из 40 вопросов, разделенных на 4 главы: (I), маркетинг и продвижение, (II) Укрепление потенциала и управление турнаправлениями, (III) Облегчение путешествий, и (IV), Привлечение ресурсов. Заданные вопросы были дихотомические / да-нет или интервальные, измеряя предпочтения по шкале от 1 ("высокий приоритет") до 5 ("низкий приоритет"), или 1 ("высокий приоритет") до 4 ("низкий приоритет"). В обоих случаях был использован процентный расчет для измерения результатов. Дополнительный вклад государств-членов был максимально включен по возможности.

Настоящий доклад содержит результаты всего опроса, а также представляет краткий набор рекомендаций, основанных на этих результатах. Государствам-членам предлагается ознакомиться с опросом, чтобы получить представление о текущем состоянии деятельности вдоль Шелкового пути и приоритетах, установленных странами Шелкового пути.

* В число государств-членов Шелкового пути входят: Азербайджан, Албания, Армения, Бангладеш, Болгария, Греция, Грузия, Египет, Израиль, Индонезия, Ирак, Иран, Италия, Казахстан, Китай, Корейская Народно-Демократическая Республика, Кыргызстан, Монголия, Пакистан, Республика Корея, Россия, Сан-Марино, Саудовская Аравия, Сирия, Таджикистан, Туркменистан, Турция, Узбекистан, Украина, Хорватия и Япония (по состоянию на ноябрь 2013 года)

Ключевая область I: Маркетинг и продвижение

Введение

План действий по Шелковому преследует цель "выработать коллективную основу для маркетинга, наращивания потенциала, повышения авторитета туризма на Шелковом пути и осуществления такого развития, которое является устойчивым, ответственным и конкурентоспособным на международном уровне."

Исследование ЮНВТО показывает, что Шелковый путь обладает значительным потенциалом роста как бренд турнаправления, - его обсуждают в сети интернет чаще других туристских маршрутов, учитывая, что в общем объеме всех проводимых на глобальном уровне он-лайн-обсуждений на его долю приходится приблизительно 30%. Тем не менее, в том, что касается сферы маркетинга и продвижения, Шелковый путь в настоящее время сталкивается со следующими проблемами:

- Отсутствие согласованности действий по продвижению бренда турнаправления Шелкового пути
- Маркетинговые исследования по Шелковому пути носят весьма ограниченный характер
- Уровень осведомленности и понимания потребителями Шелкового пути является низким ввиду отсутствия надлежащей информации и единого всеобъемлющего туристического онлайн-портала для Шелкового пути

1. Как государства-члены расставляют приоритеты маркетинга и продвижения деятельности ЮНВТО по Шелковому пути?

С 2010 года ЮНВТО проводит ежегодную программу мероприятий по Шелковому пути на основных международных туристских выставках. Эта программа мероприятий была определена государствами-членами как наиболее важная деятельность по продвижению и маркетингу, которую в настоящее время осуществляет ЮНВТО в отношении Шелкового пути.

Результаты, представленные ниже, показывают, что деятельность по продвижению Шелкового пути на выставке ITB Берлин были высоко оценены. Более половины респондентов (55%) оценили эту деятельность приоритетной, а еще 20% высоко приоритетной. Мероприятия ЮНВТО по продвижению Шелкового пути на выставке WTM в Лондоне также получила высокую оценку, 50% респондентов оценили эту деятельность высоко приоритетной, а еще 35%, признало ее приоритетной. 25% респондентов оценили деятельность ЮНВТО по продвижению Шелкового пути на выставке FITUR в Мадриде высоко приоритетной, а еще 30% оценили эту деятельность приоритетной.

Что касается электронного маркетинга и продвижения через каналы социальных медиа ЮНВТО, 57% респондентов оценили высокую приоритетность этой деятельности, а еще 28% отметили ее приоритетной. Также высоко были оценены поездки журналистов и блогеров, 57% респондентов, заявили, что эта деятельность имеет высокий приоритет.

Результаты: респонденты оценили деятельность от 1-5, "1", является высшей и "5" низшей оценкой.

1. **Деятельность ЮНВТО по продвижению Шелкового пути на международной туристической ярмарке FITUR в Мадриде** (например, Джимхана, - участие посетителей в "поиске сокровищ").
Результаты: Высокий приоритет: 25%; Является приоритетом: 30%; Нейтральный приоритет: 15%; Низкий приоритет: 20%; Не является приоритетом: 10%.
2. **Деятельность ЮНВТО по продвижению Шелкового пути на международной туристической выставке ITB в Берлине** (например, форум туроператоров, брендинг павильона, час Шелкового пути в кинозале ITB).
Результаты: Высокий приоритет: 55%; Является приоритетом: 20%; Нейтральный приоритет: 10%; Низкий приоритет: 15%; Не является приоритетом: 0%.
3. **Деятельность ЮНВТО по продвижению Шелкового пути на международной туристической выставке WTM в Лондоне** (Конкурс блогеров и мероприятие по социальным медиа). *Результаты: Высокий приоритет: 52%; Является приоритетом: 33%; Нейтральный приоритет: 10%; Низкий приоритет: 5%; Не является приоритетом: 0%.*

4. **Общее продвижение Шелкового пути через каналы социальных медиа ЮНВТО** – например, twitter, facebook, vimeo, linkedin, flickr.
Результаты: Высокий приоритет: 57%; Является приоритетом: 28%; Нейтральный приоритет: 5%; Низкий приоритет: 5%; Не является приоритетом: 5%.
5. **Поездки журналистов/поездки блогеров, организуемые ЮНВТО в целях продвижения Шелкового пути**
Результаты: Высокий приоритет: 57%; Является приоритетом: 14%; Нейтральный приоритет: 24%; Низкий приоритет: 0%; Не является приоритетом: 5%.

2. Как государства-члены расставляют приоритеты, установленные Рабочей группой ЮНВТО по Шелковому пути на 2014/2015?

После оценки текущей деятельности ЮНВТО, государствам-членам было предложено определить приоритеты в отношении предложенных на совещание Рабочей группы по Шелковому пути в г. Баку, Азербайджан (в апреле 2013 г.), возможных инициатив для осуществления в течение последующих двух лет 2014-2015 гг.

Как показывают результаты, разработка портала ЮНВТО по маркетингу и туризму Шелкового пути и вебсайта турнаправлений Шелкового пути, являются двумя главными приоритетами, по мнению респондентов. Учреждение «Международного дня Шелкового пути» и разработка «Путеводителя по Шелковому пути» не расценивались как важные.

Результаты: Респонденты оценили предложения по степени важности от 1-4, "1", являющееся высшей и "4" низшей оценкой.

- **Приоритет 1: Разработка портала ЮНВТО по маркетингу и туризму Шелкового пути** в качестве общего источника на ссылки и информации, для помощи турнаправлениям и содействию туризма на Шелковом пути.
Результаты: оценено как высший приоритет, 40% респондентов.
- **Приоритет 2: Разработка вебсайта турнаправлений Шелкового пути**, обеспечивая общую информацию для потребителей.
Результаты: оценено как высший приоритет, 35% респондентов.
- **Приоритет 3: Создание "Международного дня Шелкового пути"**, чтобы отмечать день туризма Шелкового пути на ежегодной основе.
Результаты: 20% респондентов оценило как высший приоритет.
- **Приоритет 4: Путеводитель по Шелковому пути.**
Результаты: 5% респондентов оценило как высший приоритет.

Какой уровень маркетинговой деятельности государств-членов существует в настоящее время на Шелковом пути?

Государствам-членам было предложено указать, выполняют или участвуют ли они в настоящее время в каких-либо конкретных мероприятиях по маркетингу и продвижению Шелкового пути на уровне турнаправлений. Полученные результаты неоднозначны.

Результаты показали, что около половины государств-членов продвигают Шелковый путь как официальное турнаправление (52%) и продвигает Шелковый путь как маркетинговую стратегию (43%), например: проведение тематических мероприятий или фестивалей Шелкового пути (вопрос 13). Возможно, нужны большие усилия по продвижению Шелкового пути через каналы социальных медиа, а также другие дополнительные усилия для наиболее тесного сотрудничества в области совместных маркетинговых инициатив (вопрос 12). Результаты также показали, что для бренда Шелкового пути может потребоваться создание дополнительных инструментов и поддержка, чтобы дифференцировать себя от своих конкурентов и увеличить свою привлекательность для потенциальных путешественников и потребителей. Как это видно из 11-го вопроса, обширное маркетинговое исследование могло бы помочь всем участвующим сторонам выявить и достичь потенциальные группы через конкретные каналы и таким образом повысить эффективность маркетинга и по информированию.

Результаты: респондентам было предложено указать, выполняют или участвуют ли они в настоящее время в мероприятиях Шелкового пути, указанных ниже. Кроме того, было отмечено, что результаты могут быть использованы для демонстрации передового опыта в области маркетинга и продвижения.



Рекомендации

Основываясь на полученных результатах, были разработаны следующие рекомендации, служащие повышению значимости и привлекательности бренда Шелкового пути:

- Государства-члены могли бы использовать часть их индивидуальных выставочных площадок для продвижения бренда Шелкового пути, распределяя соответствующие материалы и потребительскую информацию по Шелковому пути. Альтернативным вариантом может стать создание общего выставочного пространства Шелкового пути в главных международных туристских ярмарках, с материалами всех участвующих государств-членов.
- Ряд стран отметили, что тематические фестивали Шелкового пути уже проходят в их турнаправлениях, таких как фестиваль Шелкового пути в Гилгит-Балтистане (Пакистан), спортивный фестиваль Шелкового пути в Иране, и международные конференции, посвященные Шелковому пути (6-е Международное заседание по туризму на Шелковом в провинции Ганьсу, Китай и Первый международный форум культуры в Санкт-Петербурге, Россия). Кроме того, Хорватия и Сан-Марино представили следующую информацию:
 - Совет по туризму Корчула - турнаправление с важным культурным наследием Шелкового пути, предложил провести у себя одно из будущих заседаний по Шелковому пути;

- Сан-Марино предложил провести у себя музыкальный фестиваль Шелкового пути с участием и с демонстрацией особого культурного наследия стран Шелкового пути
- Исследовать возможность разработки единого вебсайта Шелкового пути или портала туристической индустрии и маркетинга Шелкового пути в качестве вспомогательного информационного сайта для новостей, предложений и мероприятий, связанных с Шелковым путем, в качестве общей платформы для обмена информацией и совместного продвижения.

Дополнительно, в 7-ом вопросе спрашивалось, имеются ли у государств-членов какие-либо другие индивидуальные предложения по маркетингу, которые они хотели бы обсудить на предстоящих встречах Шелкового пути. Ниже приводятся мероприятия, предложенные респондентами:

- Ежегодные туристические ярмарки по Шелковому пути
- Ежегодная туристская биржа Шелкового пути – Travex
- Перемещающийся по странам Фестиваль Шелкового пути и / или туристическая ярмарка Экспо по Шелковому пути
- Разработка турпакетов Шелкового пути, поддерживаемых маркетинговыми кампаниями
- Поддержка развития конкретных маршрутов Шелкового пути

Ключевая область II: Укрепление потенциала и управление турнаправлением

Богатое культурное наследие Шелкового пути и распределение взаимосвязанных туристских достопримечательностей создают идеальные условия для трансграничных инициатив и открывают широкие региональные инвестиционные возможности.

Тем не менее, в этой области существуют следующие проблемы:

- Несоответствия уровня стандартов и качества в сфере управления наследием, размещения, знания языков и т.д. вдоль Шелкового пути.
- Несоответствующие уровни интерпретации и управления объектами Шелкового пути.
- Не в полной мере задействован потенциал участия местных сообществ.
- Отсутствие служб туристской информации на маршрутах.
- Неудовлетворительное управление наследием в некоторых регионах означает, что определенные объекты и памятники нематериального и материального наследия находятся под угрозой.

1. Как государства-члены в настоящее время оценивают деятельность ЮНВТО по повышению потенциала / улучшению управления турнаправлениями Шелковому пути?

С 2010 года ЮНВТО осуществляет программы по повышению потенциала, связанного с управлением турнаправлениями и сохранения культурного наследия в различных местах Шелкового пути, с главной целью повышения устойчивого роста за счет развития маршрутного туризма.

По результатам опроса, ежегодное заседание Рабочей группы ЮНВТО по Шелковому пути было определено как важный форум для обсуждения вопросов повышения потенциала и управления турнаправлениями, с 80% голосов респондентов, оценивших это мероприятие высоко приоритетным или приоритетным. Данные результаты совпадают с основными функциями Рабочей группы по Шелковому пути, функцией которой является обсуждение и принятие краткосрочных и долгосрочных стратегий, изложенных в Плане действий по Шелковому пути, а также должны послужить для обмена наилучшей практикой и передовым опытом. Ежегодная Встреча министров ЮНВТО стран Шелкового пути на ITB в Берлине, на которой министры туризма обсуждают вопросы туристской политики, и производится обмен передовым опытом, также получила высокий уровень поддержки: 55% респондентов оценили эту встречу высокоприоритетной и 20% приоритетной. Около половины респондентов оценили остальные встречи и мероприятия по Шелковому пути, организованные ЮНВТО, приоритетными, как это показано ниже:

Результаты: респонденты оценили деятельность от 1-5, "1", является высшей и "5" низшей оценкой.

14 Ежегодная Встреча министров туризма стран Шелкового пути на Международной туристической выставке ITB в Берлине

Результаты: Высокий приоритет: 55%; Является приоритетом: 20%; Нейтральный приоритет: 15%; Низкий приоритет: 10%; Не является приоритетом: 0%.

15 Ежегодное заседание Рабочей группы ЮНВТО по Шелковому пути

Результаты: Высокий приоритет: 60%; Является приоритетом: 20%; Нейтральный приоритет: 20%; Низкий приоритет: 0%; Не является приоритетом: 0%.

16 Проводимое раз в два года Международное заседание ЮНВТО по Шелковому пути (Шестое такое заседание было проведено недавно, в 2013 году, в Дуньхуане)

Результаты: Высокий приоритет: 33%; Является приоритетом: 19%; Нейтральный приоритет: 38%; Низкий приоритет: 10%; Не является приоритетом: 0%.

17 Тематические конференции и семинары по Шелковому пути (такие как управление наследием, гастрономический туризм, инвестирование, города, и т.д.)

Результаты: Высокий приоритет: 24%; Является приоритетом: 28%; Нейтральный приоритет: 24%; Низкий приоритет: 24%; Не является приоритетом: 0%.

18 Программа академических исследований по Шелковому пути в сотрудничестве с международными университетами (новые инициативы, направленные на реализацию проектов по проведению академических исследований для Шелкового пути)

Результаты: Высокий приоритет: 35%; Является приоритетом: 5%; Нейтральный приоритет: 25%; Низкий приоритет: 15%; Не является приоритетом: 20%.

2. Как государства-члены определяют приоритеты в отношении предложений, сделанных Рабочей группой ЮНВТО по Шелковому пути на 2014/2015 гг.?

Шелковый путь обладает потенциалом, чтобы стать одним из самых привлекательных туристских достопримечательностей в мире. Богатое культурное наследие Шелкового пути и распределение взаимосвязанных туристских достопримечательностей создают идеальные условия для трансграничных инициатив и открывают широкие региональные инвестиционные возможности.

Однако разработка конкретных продуктов и маршрутов Шелкового пути требуют наличия единых стандартов и руководящих принципов. Результаты опроса показали, что «Разработка руководства для подготовки гидов» и «Разработка руководства и стандартов по повышению потенциала Шелкового пути» были положительно восприняты респондентами. Важность привлечения местных сообществ, заинтересованных сторон и посетителей для сохранения общего наследия Шелкового пути, также были высоко оценены, респонденты дали высокий приоритет 48% «Продвижению Кодекса ответственного туризма на Шелковом пути».

Результаты: респонденты оценили деятельность от 1-5, "1", является высшей и "5" низшим приоритетом. Следующие предложения были выдвинуты на заседании Рабочей группы ЮНВТО по Шелковому пути в 2013 г.:

19 Разработка руководства по подготовке гидов по Шелковому пути, направленного на улучшение интерпретации и повышение качества подготовки гидов

Результаты: Высокий приоритет: 38%; Является приоритетом: 38%; Нейтральный приоритет: 10%; Низкий приоритет: 14%; Не является приоритетом: 0%.

20 Разработка руководства и стандартов по повышению потенциала Шелкового пути для участников туристского процесса и местных сообществ, включающих: стандартные программы подготовки туристских гидов-переводчиков, продвижение наиболее характерных местных продуктов (изделия ремесленников, продукты питания, культура, и т.д.), и разработка экскурсий и турпродуктов, подчеркивающих дополнительные преимущества Шелкового пути.

Результаты: Высокий приоритет: 52%; Является приоритетом: 29%; Нейтральный приоритет: 14%; Низкий приоритет: 5%; Не является приоритетом: 0%.

21 Продвижение Кодекса ответственного туризма на Шелковом пути, преследующего целью объединить усилия местных сообществ, участников туристского процесса и посетителей в деле сохранения общего наследия Шелкового пути.

Результаты: Высокий приоритет: 48%; Является приоритетом: 24%; Нейтральный приоритет: 24%; Низкий приоритет: 4%; Не является приоритетом: 0%.

3. Обзор текущей деятельности НТА на Шелковом пути

В заключение, государствам-членам было предложено указать, осуществляют ли они в настоящее время или участвуют ли они в деятельности, способствующей более эффективному внедрению и маркетингу турпродуктов Шелкового пути. По полученным данным, 35% членов участвуют в инициативах по сохранению культурного и природного наследия турнаправлений совместно с местными сообществами и заинтересованными участниками туристского процесса. Кроме того, 29% членов Шелкового пути заявили, что они пропагандируют сертификацию качества для туристских продуктов в качестве эффективного инструмента повышения посещаемости и удовлетворенности потребителей. Что касается совместных инициатив в области управления турнаправлениями и отраслевых учебных программ вдоль Шелкового пути, только около 20% государств-членов заявили, что они в настоящее время осуществляют соответствующие мероприятия. Это направление деятельности может быть рассмотрено и развито в будущем.



Рекомендации

Шелковый путь чрезвычайно богат множеством культурных и природных достопримечательностей на всем его протяжении, однако вспомогательная инфраструктура зачастую является весьма скромной, а системы управления ограниченными. Безусловно, что главным фактором для успеха будущих проектов по управлению турнаправлениями станет всеобщее участие. Привлечение всех заинтересованных сторон – государственного и частного секторов и местных сообществ - не только пойдет на пользу участвующим партнерами и укрепит коллективное видение, но также поможет выработать важное чувство общей сопричастности. Как уже отмечалось в предыдущих документах ЮНВТО по Шелковому пути, турнаправления могут получить выгоду от знаний туроператоров для выявления проблем, тормозящих развитие в определенных областях. Кроме того, для обеспечения принципа «снизу вверх», власти могли бы еще больше расширить возможности местных сообществ путем предоставления и / или поддержки соответствующих программ по обучению и наращиванию потенциала. Повышение квалификации и улучшение услуг в сфере туризма необходимы для обеспечения возвращения посетителя, что, наряду с инвестициями в устойчивую инфраструктуру, в свою очередь, требуется для обеспечения долгосрочной привлекательности маршрутов.

Кроме того, государств-членов в вопросе 22 спросили, были ли у них какие-либо дополнительные идеи в отношении деятельности по повышению потенциала / управлению турнаправлениям на Шелковом пути, которую, по их мнению, ЮНВТО следовало бы осуществить. Ниже приводятся предложенные мероприятия:

- Семинары по созданию турпродуктов Шелкового пути
- Учебные семинары по повышению потенциала туристских администраций и других участников туристского процесса
- Поддержка создания сети туристских учебных заведений по всему Шелковому пути.

Ключевая область III: Облегчение путешествий

Многочисленные барьеры мешают беспрепятственному перемещению туристов через границы, что затрудняет совершение ими туристических поездок в несколько стран по Шелковому пути одновременно. В этой области существуют следующие проблемы:

- Сложные процедуры оформления виз и пересечения границ.
- Отсутствие всеобъемлющей и обновляемой информации по процедурам оформления виз и пересечения границ.
- Недостаточное воздушное сообщение между городами Шелкового пути.

Обзор определения государствами-членами приоритетов в отношении деятельности ЮНВТО по облегчению путешествий на Шелковом пути

Шелковый путь является туристским ресурсом, который коллективно разделяют расположенные на нем страны. Для реализации потенциальной ценности этого ресурса изначально необходимы сотрудничество и координация. Государств-членов попросили определить уровень их заинтересованности в деятельности, направленной на продвижение в ключевой области облегчения путешествий.

Результаты показывают, что существует большое стремление к сотрудничеству, либо посредством специализированных исследований, или через стратегические совещания или информационно-просветительские мероприятия и конференции. Исследования по облегчению путешествий, такие как недавно опубликованной «Доклад об открытости туристических виз для стран Шелкового пути», получили высокий уровень поддержки, 57% членов определили эту деятельность как высокоприоритетную, и еще 29% как приоритетную. Стратегические совещания по облегчению путешествий и информационно-просветительские мероприятия и конференции получили такой же положительный результат, 86% государств-членов дают таким мероприятиям оценку «высокий приоритет» или «являются приоритетом».

Результаты: респонденты оценили деятельность от 1-5, "1" является высшим и "5" низшим приоритетом. В данном вопросе оценивается интерес к текущим или предлагаемым мероприятиям ЮНВТО по Шелковому пути:

27 Исследование ЮНВТО по определению воздействия, оказываемого процессами упрощения визового режима и политикой открытости турнаправлений Шелкового пути

Результаты: Высокий приоритет: 57%; Является приоритетом: 29%; Нейтральный приоритет: 9%; Низкий приоритет: 5%; Не является приоритетом: 0%.

28 Стратегические совещания, организуемые для должностных лиц высокого уровня в целях решения вопросов, касающихся облегчения путешествий

Результаты: Высокий приоритет: 67%; Является приоритетом: 19%; Нейтральный приоритет: 9%; Низкий приоритет: 0%; Не является приоритетом: 5%.

29 Привлечение внимания к вопросу облегчения путешествий на важных конференциях и мероприятиях (например, встречи "Группы двадцати" (Т20), встречи на уровне министров)

Результаты: Высокий приоритет: 57%; Является приоритетом: 29%; Нейтральный приоритет: 14%; Низкий приоритет: 0%; Не является приоритетом: 0%.

Обзор текущей деятельности НТА на Шелковом пути

Поскольку Шелковый путь представляет собой сложную сеть маршрутов, охватывающих три континента, успех туризма на нем в значительной мере зависит от способности туристов пересекать границы. Посредством обзора текущей деятельности НТА на Шелковом пути данное исследование может помочь найти инновационные подходы к трансграничному управлению, тем самым оказывая поддержку созданию многих экономических и культурных выгод от улучшения процедур. Как показывают результаты, большинство государств-членов Шелкового пути работают над улучшением политики и процедур в области виз. Одновременно наблюдаются позитивные изменения в улучшении придорожной инфраструктуры, воздушных связей между турнаправлениями Шелкового пути и в сфере туристских услуг (инфраструктура размещения и приграничные услуги). Результаты, отражающие улучшение доступности Интернета и развитие высокоскоростной/экспресс железнодорожной связи между основными городами Шелкового пути, были немногочисленны, одновременно государствами-членами были представлены несколько примеров положительного опыта, указывающего на сильную тенденцию к улучшению.

Результаты: Государствам-членам было предложено указать, какие из следующих видов деятельности они осуществляют настоящее время или в каких они принимают участие.



Рекомендации

Программа ЮНВТО по Шелковому пути будет продолжать публиковать тематические исследования и распространять положительный опыт в области облегчения путешествий, а также продолжать переговоры с главами государств и послами о важности облегчения путешествий для стимулирования спроса в туризме и содействия экономическому росту и созданию рабочих мест. Государствам-членам предлагается обмениваться подробной информацией об улучшении своей политики для того, чтобы все государств-члены могли воспользоваться выгодами от данных инициатив и передовых практик, проводимых в рамках Программы. Как уже упоминалось, «Доклад об открытости туристических виз для стран Шелкового пути» был опубликован в начале 2014 года на английском и русском языках. Он содержит интересное исследование, касающееся экономических выгод от более тесного сотрудничества и его положительного влияния на различные области, начиная с маркетинга, разработки турпродуктов и развития туристских маршрутов до трансграничных инициатив и, особенно, облегчения путешествий.

Кроме того, государствам-членам в вопросе 30 спросили, были ли у них какие-либо дополнительные идеи или предложения в отношении по облегчению путешествий на Шелковом пути, которую, по их мнению, ЮНВТО следовало бы осуществить:

- более тесное сотрудничество между государствами-членами по вопросам пересечения границ и виз
- исследования, измеряющие воздействие визовых режимов и мер по облегчению путешествий

Ключевая область IV: Привлечение ресурсов

В заключении, так как многие из предлагаемых мероприятий по Шелковому пути, описанных выше, требуют дополнительные средства, государствам-членам было предложено высказаться относительно их готовности предоставить дополнительную финансовую поддержку. 32% государств-членов ответили положительно. Аналогично, 38% ответили, что они в настоящее время осуществляют проекты в области туризма, по крайней мере, частично финансируемые внешним агентством или донором. Относительно вопроса может ли государство-член указать третью сторону – финансирующие агентства, которые могут оказаться полезными в реализации будущих инициатив, были приведены следующие основные организации:

- Азиатский банк развития
- Банк развития Китая
- Германское агентство по международному сотрудничеству (GIZ) GmbH
- Европейский союз
- Агентство США по международному развитию (AMP США- USAID)
- Всемирный банк