

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ТУРКМЕНІСТАНІ

за спеціальністю: 242 Туризм

галузі знань: 24 Сфера обслуговування

за освітньо-професійною програмою: Туризм

на здобуття освітнього ступеню: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
студента денного відділення
IV курсу
Мурадова Довлета

Науковий керівник:
д.геогр.н, проф. Любіцева О.О.

КИЇВ – 2024

Зміст

ВСТУП.....	3
Розділ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ І МЕТОДИКА	
ДОСЛІДЖЕННЯ.....	5
1.1. Поняття про національний туристичний ринок	5
1.2. Фактори розвитку туризму.....	13
1.3. Методика дослідження національного туристичного ринку.....	16
Розділ II. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	
ТУРКМЕНИСТАНУ	19
2.1. Природні і історико-культурні туристичні ресурси Туркменістану.....	19
2.1.1. Історико-культурні туристичні ресурси Туркменістану.....	21
2.1.2. Природні туристичні ресурси Туркменістану.....	24
2.2. Туристична інфраструктура Туркменістану.....	27
2.3. Географія туристичних потоків	30
2.4. Основні туристичні дестинації Туркменістану.....	33
Розділ III. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТУРКМЕНИСТАНІ..	36
3.1. SWOT-аналіз туризму у Туркменістані.....	36
3.2. Пропозиції з розвитку туризму.....	42
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	53

Вступ

Актуальність: рівень розвитку туристичної сфери країни за останні роки став фактично відображенням загального рівня розвитку країни. Індустрія туризму є однією із важливих статей доходу для будь-якої держави. Туркменістан зацікавлений у прискореному розвитку матеріальної та економічної бази туризму, підвищенні його інвестиційної привабливості, що вплине на розвиток інших галузей.[16] Останніми роками спостерігається бурхливий розвиток туристичної сфери країни, яка, на жаль, повсякчас залишається поза увагою дослідників.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є туризм.

Предметом роботи є розвиток туризму в Туркменістані.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз просторово-часових особливостей розвитку туризму в Туркменістані. Для досягнення поставленої мети в роботі вирішувалися наступні наукові завдання:

- проаналізувати наукові джерела з туризмознавства;
- проаналізувати термінологічно-поняттєвий апарат;
- охарактеризувати методи туризмознавчих досліджень;
- охарактеризувати природні та історико-культурні фактори розвитку туризму в Туркменістані;
- охарактеризувати основні туристичні дестинації країни;
- охарактеризувати туристичну інфраструктуру Туркменістану;
- здійснити SWOT-аналіз розвитку туристичної сфери в Туркменістані;
- з'ясувати державну політику з туризму в Туркменістані в контексті розвитку національного туристичного ринку.

При написанні кваліфікаційної роботи використані туризмознавчі дослідження О. Любіцевої, П.Пуцентейло, В. Бабарицька та М. Мальська, а

також інших вчених географів, філософів та туризмознавців. Географічні дослідження даної теми є нечисленними, проте необхідними для подальшого вдосконалення та розвитку національного туристичного ринку Туркменістану.

Основними методами, які використані в кваліфікаційній роботі є: джерелознавчий аналіз, порівняльно-географічний та статистичний методи, SWOT-аналіз.

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел.

Розділ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ І МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Поняття про національний туристичний ринок

Неможливо говорити про особливості та функціонування туристичного ринку, не з'ясувавши попередньо інші важливі терміни.

Найпершим і основним поняттям, яким послуговуються у науці, національному законодавстві та при укладанні міжнародних договорів, є поняття "турист". Одне з перших визначень цього поняття прийняте у 1963 р. на Конференції ООН з міжнародному туризму в Римі та уточнене в Рекомендації Сеульської декларації "Мир і туризм", 2001 р.: "Для статистичних цілей поняття "тимчасовий відвідувач" включає будь-яку особу, яка відвідує будь-яку іншу країну, крім тієї, яка є його постійним місцем проживання, за будь-якої причини, крім занять професійною діяльністю, яка винагороджується в країні відвідування. Це визначення охоплює: туристів, тобто тимчасових відвідувачів, які перебувають у країні відвідування як мінімум 24 год; цілі їх подорожування можуть бути згруповані таким чином: а) заради задоволення: відпочинок, відпустка, здоров'я, освіта, релігія, спорт; б) з діловою метою, за сімейними обставинами, відрядження та участь у конференціях; екскурсантів, тобто тимчасових відвідувачів, які перебувають у країні менше 24 год (включно з круїзними туристами). Статистичні дані не повинні включати подорожуючих, які в юридичному сенсі не в'їхали в країну (подорожуючи літаком, які не залишають транзитну зону аеропортів, чи аналогічні випадки)" [23, 24]. До категорії туристів також не належать екіпажі повітряних і морських суден, особи, які перебувають на дипломатичній

роботі та члени їхніх сімей, кочівники, особи без постійного місця проживання.

Узагальненим визначенням категорії "турист" можна зазначити таке: **турист** – суб'єкт туризму, особа, яка здійснює подорож, задовольняючи свої рекреаційні потреби відповідно до суб'єктивної мотивації.

Туризм – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

У процесі розвитку туризм сформував **індустрію туризму** – сукупність взаємопов'язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту.

Туристичний продукт можна розглядати як специфічні споживчі блага (сукупність товарів, послуг і дійсних туристичних благ: клімат, ландшафт, акваторії тощо), які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі.

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту. **Національний туристичний ринок** формується та функціонує в правовому та економічному полі держави. [2 – с.15-17]

Формування національного туристичного ринку є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги.

Саме ці процеси зумовлюють різні моделі формування національного туристичного ринку. На основі аналізу ринкових процесів в сфері туризму можна виділи принаймні дві основні такі моделі: 1) модель саморозвитку та 2) привнесена модель. За першою схемою національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (на послуги внутрішнього та міжнародного зарубіжного туризму), так і за її межами (послуги міжнародного іноземного туризму), а задовольняється він пропозицією, яку створюють і реалізують суб'єкти національного туристичного ринку. За другою схемою національний ринок туристичних послуг формується під переважним впливом попиту зовнішніх ринків і задля його задоволення створюється сфера діяльності, рівень розвитку якої відповідний попиту та можливостям національної економіки при недостатньо вираженому внутрішньому попиті.

Тобто, формування національного ринку туристичних послуг може відбуватися під дією як внутрішніх, так і зовнішніх потреб. [1, с. 42]

Національний ринок туристичних послуг є поліструктурним утворенням, що визначається специфікою туристичної діяльності, спрямованої на задоволення потреб населення у відпочинку та рекреації.

Суб'єктами туристичного ринку є юридичні та фізичні особи, задіяні в виробництві та організації споживання туристичного продукту туристами-споживачами. [1, с.70]

Умовами розвитку національного туристичного ринку є рівень розвитку національного господарського комплексу (особливо суміжних з туризмом галузей), що створює можливості для розвитку туристичної галузі і відповідної туристичної інфраструктури (мережа різнотипних засобів розміщення різного рівня комфортності - готелі, мотелі, туристичні бази тощо, інженерна інфраструктура), тобто матеріально-речових об'єктів, які в сполученні з живою працею, роблять можливою туристичну діяльність. До умов, крім розвитку туристичної інфраструктури, можна віднести рівень розвитку транспорту, що складається з транспортної мережі, яка характеризується густотою та інженерно-технічними параметрами; транспортних засобів з їх технічними характеристиками (місткість, швидкість, комфортність тощо); транспортної інфраструктури (аеропорти, вокзали та інші засоби, що забезпечують транспортну роботу, включаючи автоматизовані системи управління). Транспортна складова з її інтенсивністю руху, доступністю (як економічною - рівень цін, так і формальною - витрати часу на те, щоб дістатися до аеропорту чи вокзалу) є важливою умовою формування як національного ринку туристичних послуг, так і його взаємодії на регіональному та світовому рівнях.

Зазначені передумови створюють країні відносні переваги на ринках вищих рівнів, а наявність абсолютних переваг, забезпечена туристсько-

рекреаційними природними і культурно-історичними ресурсами, наявним георомайттям, стимулює туристичний внутрішній і зовнішній попит.

Споживання туристичного продукту, створеного національною індустрією туризму, забезпечується суб'єктами ринкової діяльності, а його рівень характеризує ефективність діяльності національного туристичного ринку: чим різноманітніший продукт здатна створювати національна індустрія туризму, тим ефективнішою як в економічному, так і в соціальному плані є її діяльність, тим більшу роль відіграє країна в світовому туристичному процесі.. [1, с. 69]

Типологічними ознаками національного туристичного ринку прийняті комплексно-пропорційний розвиток індустрії туризму, її орієнтованість на участь в міжнародних туристичних зв'язках і характер цих зв'язків, вплив глобалізаційних процесів і інтегрованість в світогосподарську систему.

На основі цього типологічними показниками обрані: рівень соціально-економічного розвитку, сформованість ринкових структур, рівень розвитку індустрії туризму, участь в світовому туристичному процесі, характер експортно-імпортних туристичних зв'язків.

Узагальнивши типологічні характеристики можна виділити наступні типи (А, Б, В, Г) та підтипи (а, б, в) національних туристичних ринків:

А. Високоінтенсивні:

а) країн високого рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму імпортного спрямування, що є постачальниками туристів (наприклад, США, Німеччина, Велика Британія, Скандинавські країни);

б) країн високого рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму експортного спрямування, що переважно приймають туристів (наприклад, Італія, Австрія, Ізраїль, ПАР);

Б. Стабілізовані:

а) країн середнього рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму експортного спрямування, які переважно приймають туристів (наприклад, Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр);

б) нових індустріальних країн, орієнтованих на розвиток іноземного туризму (наприклад, Мексика, Аргентина, Чилі, Гонконг, Таїланд, Малайзія);

в) країн перехідного типу економіки з розвиненою ринковою структурою, де переважає міжнародний туризм експортного спрямування і які переважно приймають туристів (наприклад, Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, Словаччина, Словенія);

В. Реформовані:

а) країн перехідного типу, що формують ринкові структури, де переважає міжнародний туризм експортного спрямування, які переважно приймають туристів (наприклад, Болгарія, Румунія);

б) країн перехідного типу, що формують ринкові структури і де переважає міжнародний туризм імпортного спрямування, які переважно постачають туристів (наприклад, Росія, Україна, Казахстан, Закавказькі країни);

в) країн централізовано керованої економіки з елементами ринкової, які орієнтовані на активізацію участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту туристичних послуг (наприклад, Китай);

Г. Акумуляуючі:

а) країн, що розвиваються з середніми можливостями економічного розвитку, орієнтованими на посилення участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту послуг (наприклад, Індія, Єгипет, Туніс);

б) країн, що розвиваються, з домінуванням іноземного туризму, які приймають туристів і де туризм є однією з провідних галузей економіки (наприклад, Танзанія, Барбадос);

в) країн планової економіки, які підтримують туризм як традиційну галузь господарства не розширюючи практично участі в світовому туристичному процесі (наприклад, Куба);

г) найменш розвинених країн, які практично не приймають участі в міжнародному туризмі, а експорт послуг пов'язаний з дією іноземного капіталу (наприклад, більшість країн Центральної Африки).

В країнах перших двох типів розвиток ринку міжнародного туризму сполучається з розвиненим ринком внутрішнього туризму, в країнах третього типу переважає ринок міжнародного туризму, але спостерігається відновлення ринку внутрішнього туризму. В країнах останнього типу ринок міжнародного туризму переважає, оскільки туризм сприймається населенням здебільшого як вид економічної діяльності, а не як складова стилю життя.[1, с. 78]

За цією класифікацією було розроблено таблицю типології національних туристичних ринків з авторськими змінами і доповненнями.

Таблиця 1. Типологія національних туристичних ринків (за О.Любіцевою)

Тип національного туристичного ринку	Високоінтенсивні національні туристичні ринки		Стабілізовані національні туристичні ринки		Реформовані національні туристичні ринки			Акумулюючі національні туристичні ринки	
Підтип національного туристичного ринку	Високорозвинуті країни імпортного спрямування міжнародного туризму	Високорозвинуті країни експортного спрямування міжнародного туризму	Середньорозвинуті країни експортного спрямування міжнародного туризму	НІК, орієнтовані на розвиток іноземного туризму	Країни перехідної економіки експортного спрямування міжнародного туризму	Країни перехідної економіки імпортного спрямування міжнародного туризму	Країни перехідної економіки експортного спрямування міжнародного туризму	Країни, що розвиваються експортного спрямування міжнародного туризму	Найменш розвинуті країни
Країни	США, Велика Британія, Німеччина	Італія, Австрія, Ізраїль	Греція, Туреччина, Кіпр	Мексика, Індія, Таїланд, Малайзія	Польща, Угорщина, Чехія, Болгарія	Росія, Україна, Казахстан, Туркменістан	Китай	Єгипет, Туніс	Країни Центральної Африки

1.2. Фактори розвитку туризму

Надзвичайно багатогранними та різноманітними є фактори, що впливають на розвиток туризму. Наявність сприятливих факторів розвитку туризму за умови їх раціонального використання може призвести до інтенсивного розвитку національного туристичного ринку та зростання його частки у світовому ринку туристичних послуг. Відсутність факторів розвитку туризму чи наявність факторів, що перешкоджатимуть розвитку туризму, може стримувати або зовсім унеможливити розвиток національного туристичного ринку.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: **статичні і динамічні**.

Статичні мають незмінне в часі значення. До цієї групи належать природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори.

До **динамічних** факторів відносяться:

- демографічні;
- соціальні;
- економічні;
- культурні;
- науково-технічний прогрес;
- міжнародні фактори.

Демографічні фактори. До демографічних факторів, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів. Звідси висновок: оскільки міське населення активніше подорожує, то цей процес веде до зростання темпів розвитку міжнародного туризму.

Важливим демографічним фактором є зміна вікової структури населення. Збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя приводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм робити закордонні подорожі.

Соціальні фактори. До них відноситься зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно беруть участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня.

Слід також зазначити, що індустріалізація сучасного суспільства створює великі стресові навантаження на населення і відповідно зумовлює потребу у відпочинку, рекреації, відновлювальній активності, в тому числі за допомогою туризму. Тому промислові міста є місцями підвищеного попиту на туризм із метою відпочинку.

Економічні фактори. Вони полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних.

Культурні фактори. Це насамперед зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями.

Науково-технічний прогрес. Він зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародного туризму, іншими словами - туріндустрії, що створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про готельні ланцюги й інші колективні засоби розміщення, транспортні засоби для масових пасажирських перевезень.

Міжнародні фактори. Це пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і

взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу.

Ці постійно діючі фактори в певні періоди можуть підсилюватися чи послаблюватися різними менш масштабними й короткочасними кон'юнктурними змінами, такими як, наприклад, економічні кризи, природні катаклізми, погроза тероризму і т. п.[4 – с.77-79]

1.3. Методика дослідження національного туристичного ринку

Національний ринок туристичних послуг є ключовим в суспільно-географічному дослідженні туризму, що визначається його зовнішніми та внутрішніми функціями. Саме розвиток внутрішнього ринку забезпечує виконання зовнішньої функції, визначає спеціалізацію та участь в світовому туристичному процесі. Тому методика дослідження національного туристичного ринку повинна відтворювати всю складність та багатоаспектність його функціонування як в сфері міжнародного, так і внутрішнього туризму.

Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг передбачає оцінку його макророзташування як суб'єкта світового туристичного ринку по відношенню до інших суб'єктів, та мезорозташування - по відношенню до суб'єктів макрорегіонального ринку чи субринку. В мезорегіональному аналізі цікавим є країноцентричний підхід, який дозволяє визначити субрегіональний ринок як ринок країн-сусідів і оцінити мезорегіональне положення даного національного ринку відносно активності країн-сусідів як в міжнародному туризмі, так і на ринку послуг загалом. Оцінка ролі національного ринку туристичних послуг в світовому туристичному процесі повинна ґрунтуватися на загальних тенденціях, притаманних розвитку ринку послуг, як системі вищого порядку і його часткових проявах, характерних для виділеного за країноцентричним принципом субринку. Екстраполяція загальних тенденцій ринку послуг на процеси, притаманні розвитку певного туристичного субринку і його суб'єктів-національних ринків, робить оцінку більш об'єктивною і обґрунтованою. Оцінка макро- та мезорозташування є основою аналізу конкурентних позицій країни, вибору певної ринкової стратегії, наслідком

якої є визначення пріоритетів на міжнародному ринку туристичних послуг за видовими та регіональними сегментами, пошук партнерів та встановлення з ними двосторонніх та багатосторонніх контактів на підставі укладання відповідних угод.

Складовою такого аналізу є дослідження туристичного ринку країни-партнера. Вивчення туристичного ринку країни-партнера провадиться з метою інтенсифікації двосторонніх відносин в галузі туризму. Методика включає:

1) оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища ринкової діяльності країни-партнера, яка полягає у визначенні стану розвитку економіки та чинників, що впливають на розвиток двосторонніх відносин;

2) оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів та стану розвитку індустрії туризму країни-партнера, що визначає її сучасні можливості та перспективи участі в світовому та регіональному туристичному процесі;

3) оцінку інтенсивності туристичного процесу між країнами. Результатом такої оцінки є визначення сучасного стану двосторонніх відносин в сфері туризму, ступеня освоєння суб'єктом націоанального ринку пропозиції туристичних послуг країни-партнера, визначення місця досліджуваної країни на туристичному ринку країни-партнера.

Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг ґрунтується на сполученні методів галузевого та територіального аналізу і має за мету визначення національної туристичної політики.

Туристична політика є системою, в межах якої сполучаються інтереси комерційних підприємств, некомерційних установ та держави, спрямовані на задоволення потреб населення в послугах туризму, на реалізацію економічних, політичних, соціокультурних та екологічних, просвітницьких та інших функцій туризму.

Державне регулювання туристичної сфери має за мету таку організацію туристичної діяльності, яка б сприяла: - зростанню національного прибутку за рахунок туризму і розвитку національної індустрії туризму; - розширенню сфери туристичної діяльності задля урізноманітнення турпродукту, в тому числі шляхом залучення нових ресурсів і територій при одночасній спрямованості на стійкий розвиток національного туризму; - задоволенню потреб населення в послугах туризму в необхідній кількості, обсязі та якості і т.д. Тобто, мета державної туристичної політики полягає в сполученні державних та бізнесових інтересів в задоволенні туристичних потреб населення і спрямована на розвиток ринку туристичних послуг.

Діяльність суб'єктів ринку регулюється дією Закону про туризм, законодавчих та нормативно-правових актів, які регламентують порядок реєстрації суб'єктів туристичного ринку, проведення сертифікації їх послуг, визначають систему податків, характер зовнішньоекономічної діяльності тощо. [1]

II. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ТУРКМЕНИСТАНУ

2.1. Природні і історико-культурні туристичні ресурси Туркменістану

В «Туристському термінологічному словнику» [5 с. 446-447] наведене таке трактування туристичних ресурсів: *«Ресурси туристські - природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил. Р. т. є доступними для ознайомлення і використання незалежно від форми власності, якщо до того немає законодавче накладених обмежень».*

Згідно із офіційними заявами Міністерства закордонних справ Туркменістану від 2022 року, в даний час у Туркменістані особлива увага приділяється розвитку туристичної галузі. Важливими факторами розвитку галузі в нашій країні є природно-кліматичні умови та великий історико-культурний потенціал, привабливість з погляду багатих національних традицій та самобутніх звичаїв, а також висока якість туристичних послуг.

Столиця Туркменістану Ашхабад визнана найбільш біломармуровим містом світу. До списку світових рекордів входять й інші пам'ятки туркменської столиці – найвищий у світі флагшток перед будівлею Державного музею Туркменістану, розташований на в'їзді до Міжнародного аеропорту Ашхабада фонтанно-скульптурний комплекс «Огузхан і сини», величезна Зірка Огузхана Центру телерадіомовлення «Туркменістан» і Оглядове колесо культурно-розважального центру «Älem», скульптура ахалтекінського коня як найбільшого у світі архітектурного зображення, що

прикрашає трибуну Олімпійського стадіону, Центр водних видів спорту Олімпійського містечка як найбільший у світі критий плавальний басейн, а також міжнародні аеровокзали в Ашхабаді та Туркменабаді.

1 травня 2020 року столиця Туркменістану місто Ашхабад було прийнято до членів Всесвітньої федерації туристичних міст. Членство в цій авторитетній міжнародній організації відкриває місту нові можливості в галузі розвитку та популяризації різних туристичних напрямків та розробки туристичного іміджу міста.

Розширення напрямів та різноманітність туристичних маршрутів, удосконалення матеріально-технічної бази галузі, підвищення якості послуг, підготовка кваліфікованих фахівців для туріндустрії та посилення інформаційно-рекламної роботи є важливими аспектами подальшого розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього ринку туризму.

Успішне втілення у життя широкомасштабних програм дає можливість надання з боку держави коштів на поліпшення соціально-побутових умов населення великих обсягах. Туркменістан є, з культурно-історичної точки зору, однією з найдавніших країн.

Серед вимог міжнародного туризму як гарантія безпеки знаходження гостей та туристів у приймаючій країні, є такі як вимоги щодо забезпечення миру та спокою, у плані забезпечення здоров'я та благополуччя – наявності екологічно чистої природи та повітря, безпечної питної води та продуктів харчування. Також дуже важливими факторами для туристів є наявність історико-культурних цінностей та самобутніх архітектурних пам'яток старовини. У Туркменістані під дуже суворим контролем знаходиться виконання вищеперелічених вимог, що підвищує міжнародну привабливість Туркменістану як туристичної держави.

Особливого значення у контексті подальшого вдосконалення діяльності туристичної галузі приділяється модернізації транспортної інфраструктури, що з'єднає населені пункти зі знаменитими туристичними куточками країни. Для цього на шляху цих маршрутів створюються всі необхідні умови для комфортних прогулянок та поїздок, а також дозвілля туристів та мандрівників. Важною сферою національної економіки Туркменістана являється оздоровительно-лечебная и санаторно-курортная сфера. Во всех уголках страны растёт количество профильных объектов и предоставляемых в них услуг для населения.

Ще одним істотним фактором, що зумовлює розвиток туризму, є вдосконалення ряду взаємозалежних галузей економіки, таких як банківсько-страхова та інформаційно-комунікаційна системи, сфера правових та бухгалтерських послуг, менеджменту та маркетингу, транспорту, освіти та охорони здоров'я, культури та мистецтва, сфери відпочинку, харчування та торгівлі. Чітко спланована та ефективно організована туріндустрія одна із найбільш затребуваних галузей економіки. У зв'язку з цим формується відповідна система з широкого використання туристичного потенціалу регіонів країни, з надання на місцях споживачам усіх необхідних послуг та ефективного використання багатих природних ресурсів. [13]

2.1.1. Історико-культурні туристичні ресурси

У Туркменістані розвинені різні види туризму. До них відносяться туризм до історико-культурних та природних пам'яток, санаторно-курортний відпочинок, спортивний туризм, поїздки по гірничо-пустельному ландшафту тощо.

Необхідно відзначити, що туристичний комплекс Туркменістану, що є важливою складовою Стародавнього шовкового шляху, має величезний

потенціал. У 2023 році до переліку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО було зараховано транснаціональний Зарафшан-Каракумський коридор, що проходить через території Узбекистану, Таджикистану і Туркменістану.

Зарафшан-Каракумський коридор - ключова ділянка Шовкового шляху в Центральній Азії, що з'єднує інші коридори з усіх напрямків. Розташований серед важкопрохідних гір, родючих річкових долин і непридатних для життя пустель, 866-кілометровий коридор проходить зі сходу на захід уздовж річки Зарафшан і далі на південний захід стародавніми караванними шляхами, що перетинають пустелю Каракуми, до оазису Мерв. Завдяки тому, що з II ст. до н.е. по XVI ст. н.е. коридором проходила більшість обміну між Сходом і Заходом Шовковими шляхами, ним здійснювалася торгівля великою кількістю товарів. Тут люди подорожували, жили, перемагали або зазнавали поразок, що перетворило це місце на плавильний котел народностей, культур, релігій, наук та технологій. [7]

Поїздки, що організуються в Куняургенч, Стародавній Мерв та Нісу, оскільки включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, дають можливість близько познайомитися з унікальною культурною спадщиною та давньою історією туркменського народу. [13]

Зарахований до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у 1999 році Державний історико-культурний парк «Стародавній Мерв» є найстарішим і найбільш повно збереженим з міст-оазисів уздовж Шовкового шляху в Центральній Азії. Знаходиться на території Марійського веляту Туркменістану. Він підтримував низку міських центрів, починаючи з 3-го тисячоліття до нашої ери, і відіграв важливу роль в історії Сходу, пов'язану з безпрецедентним існуванням культурного ландшафту та винятковим розмаїттям культур, які існували в оазисі річки Мургаб, перебуваючи у постійній взаємодії та послідовному розвитку. Він досяг свого апогею в

мусульманську епоху і став столицею Арабського халіфату на початку 9 століття і столицею Великої імперії сельджуків в 11-12 століттях.

Сьогодні «Стародавній Мерв» - це великий археологічний парк, який включає залишки центрів бронзового віку (2500-1200 рр. до н. е.), таких як Келлелі, Аджі Куй, Тайп, Гонур і Тоголук; Центри залізного віку (1200-300 рр. до н. е.), такі як Яз/Гобеклі Депес і Тахірбадж Десе; історичний міський центр і постсередньовічне місто Абдулла Хан Кала. Площа парку становить 353 га з буферною зоною [9]

Зарахований до Списоку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у 2005 році Куня-Ургенч розташований на території Дашогузького веляту Туркменістану. Розташований на північному заході Туркменістану, на лівому березі річки Амудар'я. Ургенч був столицею Хорезмської області, яка входила до складу імперії Ахеменідів. Старе місто містить серію пам'яток переважно з 11-го до 16-го століть. Ця територія залишилася великою безлюдною землею з деякими залишками стародавніх укріплених поселень, включаючи мечеть, ворота караван-сараю, фортеці, мавзолеї та 60-метровий мінарет.

На зразках пам'яток Куня-Ургенча можна побачити всю різноманітність прийомів і декору ісламської архітектури Середньої Азії. Кращі пам'ятники цього міста відрізняються високою декоративністю. Вони дають яскраві зразки класичних арабесок у монохромній теракоті та яскравому колориті емалі.

Пам'ятники свідчать про видатні досягнення в архітектурі та ремісництві, вплив яких досяг Ірану та Афганістану, а згодом і архітектури імперії Моголів в Індії XVI століття. Ісламські святині, зосереджені в цьому місті, є виключно популярними місцями для паломників і служать привабливими об'єктами для міжнародного туризму. [10]

Парфянські фортеці Ніси знаходяться у Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО з 2007 року.

Ніса - найдавніше і найбагатше місто Парфянської імперії - держави, яка славилася своєю могутністю протягом шести століть, з середини III ст. до н.е. за III ст. н.е. Два пагорби Старої та Нової Ніси зберігають у собі сліди античної цивілізації, що поєднала вишуканість своєї традиційної культури та елементи культури античного Риму та Греції. Археологічні розкопки, проведені у двох частинах городища, дозволили знайти багато прикрашені архітектурні споруди – житлові споруди, офіційні та культові будівлі. Місто знаходилося на важливому перехресті торгових шляхів та стратегічних інтересів. Парфянська держава служила своєрідним бар'єром, який стримував імперські устремління Риму, але при цьому залишалося значним сполучним центром між сходом і заходом, півднем та північ. [11]

2.1.2. Природні туристичні ресурси Туркменістану

Туркменістан поряд з культурно-історичними пам'ятками багатий і на привабливі природні пам'ятники. У державній політиці Туркменістану велике значення приділяється забезпеченню екологічної безпеки та процвітання, а також питанням збереження для майбутніх поколінь унікальної краси туркменської природи. Прекрасні куточки Копетдага, ущелини Арчабіль, Гьокдере та Айдера, рослинний та тваринний світ пустелі Каракуми, прибережні зони Амудар'ї, Койтендаг, субтропіки Південно-Західного Туркменістану, а також туркменський берег Каспійського моря є дуже вражаючими місцями для екологічного туризму. Крім цього, в основному, екотуризм організується до Бадхизського, Репетецького, Сьонт-Хасардазького та інших національних заповідників країни.

Одним із найпривабливіших місць Західного Копетдагу є ущелина Айдера. Ця місцевість відрізняється гірсько-степовим повітрям, різноманіттям рослинного і тваринного світу, десятками дивовижних гірських долин з найчистішими джерелами води, а також старими фортецями та історичними пам'ятниками, що залишилися з найдавніших часів.

Ще одним досить перспективним для розвитку екотуризму на південному сході країни є Койтендаг, який включає комплекс природних пам'яток. Великий інтерес у туристів викликають кам'яні контури слідів динозаврів, що жили в давнину на території Койтендагського етрапу. Прекрасні та дивовижні місця Койтендага такі як водоспад Умбардере, печера Киркгиз, джерело Гайнарбаба, гірські ущелини вражають своєю унікальною красою. Койтендаг, багатий на історико-культурні та природні пам'ятники, перетворився на одне з найулюбленіших та найцікавіших місць відвідування для місцевих та міжнародних туристів.

Розташована на південному заході країни ущелина Сумбар також входить до місць, що мають великі перспективи для розвитку туризму. Ущелина Сумбар відрізняється своїми красивими гірськими долинами, живлющими джерелами, дивовижним тваринним світом, смачними фруктами та горіховими гаями. [13]

Ще одним нещодавно зарахованим до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО об'єктом є Туранські пустелі помірного поясу. Цей транснаціональний об'єкт включає чотирнадцять складових частин, розташованих у посушливих районах помірного поясу Центральної Азії між Каспійським морем і Туранськими горами. Тут панують екстремальні кліматичні умови з дуже холодною зимою та спекотним літом, а також присутня виключно різноманітна флора та фауна, що пристосувалася до суворих умов. Крім того, територія є значною різноманітністю пустельних

екосистем, що простяглися більш ніж на 1500 км. зі сходу на захід. Кожна зі складових частин доповнює інші з погляду біорізноманіття, типів пустель і екологічних процесів. [8]

Туркменське узбережжя Каспійського моря, яке вважається одним із найчистіших морських берегів у регіоні з прекрасною та багатою природою – Національна туристична зона «Аваза» – є привабливим місцем для міжнародного та місцевого туризму. Берег Каспійського моря з чистою морською водою, комфортною погодою, мінеральними сполуками та лікувальними грязями, своєрідним тваринним світом та біорізноманіттям має великі перспективи для розвитку індустрії екотуризму. Берег Каспію вражає своєю красою та дивовижною природою протягом усіх чотирьох сезонів року. [13]

2.2. Туристична інфраструктура Туркменістану

Перлиною Каспійського узбережжя вважається туркменська Національна туристична зона «Аваза», яка є сучасним міжнародним центром курортного відпочинку. «Аваза» займає особливе місце у стратегічних планах державної політики Туркменістану на найближчі десятиліття.

Презентація Національної туристичної зони «Аваза» відбулася у червні 2007 року і стала свідченням нового підходу до розвитку величезного потенціалу індустрії відпочинку та туризму країни. Мета реалізації цього проекту, з погляду соціальної політики Туркменістану, полягає у забезпеченні населення країни всіма необхідними умовами життя та відпочинку. У зв'язку з цим велике значення має наявність у регіоні розгалуженої транспортно-комунікаційної інфраструктури, в т.ч., міжнародного морського порту та аеропорту, автомобільних та залізниць.

Для втілення в життя проекту Національної туристичної зони «Аваза» було виділено територію загальною площею 5000 гектарів. Наприкінці 2007 року розпочалося будівництво перших об'єктів туристичної зони. У червні 2009 року на березі Каспійського моря відбулася церемонія відкриття нових об'єктів Національної туристичної зони «Аваза».

Нині у Національній туристичній зоні «Аваза» діють 18 готелів, що одночасно приймають понад 10 тисяч відпочиваючих, 8 санаторно-курортних центрів, у тому числі дитячі центри відпочинку на 1380 місць, 9 котеджних комплексів. У Національній туристичній зоні «Аваза» збудовано понад 70 різних споруд, у т.ч., тенісні, баскетбольні, волейбольні майданчики та поля для міні-футболу, що входять до комплексу спортивних об'єктів. Тут передбачено всі умови для проведення спортивних змагань із

плавання. Тут працюють 4 парки відпочинку з театралізованими інтерактивними морськими фонтанами, амфітеатором, дитячими майданчиками з атракціонами, численними кафе та ресторанами, зеленими зонами та технічними об'єктами загальною площею 83 600 м².

Унікальний комплекс фонтанів висотою від 40 до 100 метрів збудований із застосуванням сучасних технологічних рішень. На екранах з фонтанів розміром 24 метри завдовжки та 60 метрів завширшки, розташованих за 85 метрів від морського берега, у поєднанні з музичним супроводом демонструються різні голографічні зображення, що сягають 20 метрів заввишки. Через 50 метрів доріжкою до берега простягаються дві стежки по 34 метри в різні боки, що ведуть до оглядового майданчика.

У липні 2018 року було здано в експлуатацію аквапарк загальною площею 30 гектарів. Аквапарк складається з водних атракціонів та інших об'єктів, призначених для відпочиваючих різного віку. До комплексу входять зимовий та літній аквапарки, торговий центр, десятки магазинів та супермаркет, кафе та ресторани, амфітеатр, готель, штучні гори та озера, водні каскади та гірські джерела.

Міжнародний аеропорт, побудований у місті Туркменбаші, є повітряними воротами «Авази». Шлях від літака до будівлі аеровокзалу оснащений телескопічним трапом. Міжнародний рівень аеропорту забезпечується також за рахунок оснащення сучасним інженерно-технічним обладнанням та новою злітно-посадковою смугою.

Новий міжнародний морський порт у Туркменбаші був внесений до Світової книги рекордів Гіннеса як найбільший порт нижче рівня моря. Штучний пташиний острів, споруджений при будівництві порту з метою охорони орнітофауни, був внесений до Світової книги рекордів Гіннеса як найбільший штучний острів нижче рівня моря.

Інженерно-технічна інфраструктура. Потужна газотурбінна електростанція, будівництво водоопреснювальних та водоочисних споруд, проведення мережі питної води забезпечує нормальну роботу морської зони відпочинку. Сучасна електростанція потужністю 254 МВт, що забезпечує повністю електроенергією «Авазу», входить до єдиної енергомережі країни. Водопреснинна станція на 35 тисяч кубічних метрів води цілодобово забезпечує водою готелі та зелені зони, розташовані на території «Авази». Побудована в прибережній зоні станція оснащена новим сучасним технічним обладнанням та всіма необхідними інженерно-технічними пристроями.

Річка «Аваза» довжиною 7 кілометрів, шириною від 50 до 70 метрів та глибиною 4 метри є найбільшим та унікальним об'єктом туристичної зони. На облаштованих двох берегах річки розташовано 28 об'єктів громадського харчування (буфети, кафе, відкриті ресторани з пристанями для кораблів). Рікою курсують маленькі пароплави та круїзні катери; численні красиві мости, зведені над річкою, відрізняються своєрідними візерунками. На обох берегах річки обладнані пішохідні та велосипедні стежки.

Національна туристична зона «Аваза» перетворилася на місце проведення міжнародних бізнес-форумів, конференцій, зустрічей, міжнародних фестивалів, змагань, спортивних заходів. У туристичній зоні здано в експлуатацію сучасний Конгрес-центр, у якому проходять міжнародні форуми та зустрічі. [12]

2.3. Географія туристичних потоків

За даними Всесвітньої туристичної організації (англ. World Tourism Organization, UNWTO) — спеціалізованої установи ООН, що відповідає за просування стійкого та загальнодоступного туризму, — було складено таблицю виїзного туризму в Туркменістані. [Додаток А]

Таблиця 2. Виїзний туризм Туркменістану - поїздки за кордон постійними відвідувачами до країн призначення

Кількість поїздок за кордон постійними відвідувачами до країн призначення											
Рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Країна											
Ангола	87	90	2	2	43	1		18			
Австралія	10	10		20	20	30	20	14	1		14
Азербайджан	4906	4766	5398	6800	7637	16891	29178	54269	8256	2851	11815
Багамські острови	6	4	5	7	1	4	2				2
Барбадос				21	24	4	2	1	1		
Бахрейн							102	300		62	92
Бельгія	174	241	304	259	268	268	371	344	43	24	228
Білорусь	11958	12454	13340	13203	12993	13552	18483	16135	4046		
Болгарія					991	784	690	1449	530	566	6100
Болівія					2		2	3	7	1	1
Вірменія											427
Гвінея	42		13	126	18						
Грузія	1790	3237	2557	4246	5574	10384	12025	15042	3439	789	4549
Еквадор	2	6	2	0	4	15	7	9	4	12	16
Єгипет	161	143	141	131	74	99	138	121	38	96	119
Йорданія	0	0	0	0	154	114	160	158	30	106	314
Ізраїль	553	565	564	694	391	598	341	418	56	10	132
Індія	2364	3029	5547	9805	14302	17653	25038	17859	3030	77	0
Індонезія						233	426	356	127	12	127
Іран	14153	16961	21567	23955	12753	13612	14866	22211	4986	100	6531
	3	8	4	3	1	4	4	3			
Італія	747	0	251	952	0	1364	1088	0	40	1180	582
Казахстан	40185	47711	66938	69230	63156	63249	39942	25208	6241	1490	4313
Канада	142	110	113	184	67	201	121	221	60	51	151
Киргистан	433	513	8556	5939	8493	1362	1208	1172	171	223	814
Китай	15735	14582	17087	14951	13844	14458	15267	19628	2	0	4
Колумбія	33	39		2	2	4	10	5	2	3	18

Коста Ріка	2	4	2	6		2	6	5		2	1
Куба					23	17	37	22	10	14	12
Кувейт	33	22	58	162	128	203	242	192	29	23	
Латвія	224	144	149	212	248	196	369	173	35	4	39
Ліван	88	60	87	103	172	218	235	363	76	62	150
Малайзія	799	940	911	1048	263	102	1101	1283	301	15	
Малі						88	153	99	6	1	
Мальдівська Республіка	28	65	153	81	83	73	54	108	28	48	86
Марокко		11		198	366	14	2013	21	15	8	12
Мексика	45	67	59	81	96	118	101	90	38	96	133
Молдова	82	109	39	49	58	148	19	26	10	3	16
Монголія	16	18	32	164	38	28	94	151	2	14	100
Нова Зеландія						16	4	10	7		3
ОАЕ				77881	60064	66887	58662	76618	10623		
Панама	6	2	2	1	15	7	3	8	1	4	53
Перу	2	1	4	7	4	4		5			
Південно-Африканська Республіка	98	56	66	32	32	18	28	12	8	14	35
Польща	236	125	154	239	268	304	176	243	51	152	612
Португалія								363	89	143	48137
Республіка Корея	363	374	398	475	335	225	376	706	88	60	314
Республіка Маврикій	14	10	7	4	15	9	13	6	2	2	4
Республіка Сейшельські Острови	8	3	3	4	23	7	3	10	6		3
Росія	43720	40238	47002	50706	17099	21086					
Руанда			1	6	3	1	1	1	1	1	
Румунія	314	296	461	494	574	512	616	863	308	347	6964
Саудівська Аравія	889	1533	508	3019	1268	6024	1077	3112	121	15	1164
США	704	1044	1251	1239	1199	1340	1052	1017	174	101	929
Таджикистан	497	419	679	1035	1150	4845	1257	2103	736	207	
Туреччина	327329	359141	460360	475066	469039	690638	656666	761061	142487	98465	174772
Уганда	8	10	5	4	6	17				4	14
Узбекистан	172590	104879	39714	46845	39422	46621	169922	574795	60631	1156	5968
Україна	19647	22120	16445	14358	11392	10513	12629	10962	4014	4797	2361
Фінляндія	32	27	35	41	27	45	45	46	11	1	13
Чилі		3		7	1	3	3	16			
Шрі-Ланка							77	96	21	4	29
Японія			266	409	319	393	315	898	51	55	188

Аналізуючи складену таблицю, можемо зробити наступні висновки:

По-перше, за останнє десятиліття найбільш відвідуваними країнами є Азербайджан, Білорусь, Болгарія, Грузія, Індія, Іран, Казахстан, Киргизстан, Китай, ОАЕ, Росія, Румунія, Саудівська Аравія, США, Таджикистан, Туреччина, Узбкістан, Україна. Серед них перше місце за відвідуваністю поділяють між собою Туреччина та Іран. Туреччина є одним із світових лідерів за міжнародною туристичною відвідуваністю та популярним місцем відпочинку, в той час як Іран має спільний кордон із Туркменістаном, культурні та релігійні зв'язки із країною.

По-друге, пандемія COVID-19, що була оголошена Всесвітньою Організацією Охорони Здоров'я Надзвичайною ситуацією в області суспільного здоров'я міжнародного значення 11 березня 2020 року, значно скоротила основні туристичні потоки з країни. Натопість, у період після пандемії нової популярності у жителів Туркменістану набули такі туристичні напрями, як Болгарія, Португалія та Румунія. Поступово на рівень до пандемії COVID-19 повертається кількість відвідувань Азербайджану та Киргистану.

По-третє, кількість відвідувань Росії, України та Білорусі значно знизилася у 2022 році, що пов'язано із початком російського вторгнення в Україну.

2.4. Основні туристичні дестинації Туркменістану

Серед популярних в Україні запитів щодо туристичних дестинацій Туркменістану переважають унікальні природні об'єкти та пам'ятки. Найбільш відомими є:

Плато динозаврів - найбільше на планеті скупчення слідів динозаврів в одному місці.

Особливою визначною пам'яткою хребта Койтендаг є чіткі сліди динозаврів на плато біля села Ходжапіль. Невелика ділянка плато буквально «витоптана» ланцюжками величезних трипалих слідів розмірами від 20 до 70 см. Багато хто з них добре продрукований і добре виділяється на сірому тлі вапняків. Вчені вважають, що сліди залишені трьома видами динозаврів – мегалозаврів, ігуанодонів та тиранозаврів понад 140-145 мільйонів років тому наприкінці Юрського періоду. На той час тут були мілководні лагуни з багатою рослинністю, які приваблювали динозаврів.

Ходжапільське плато в даний час знаходиться в зоні охорони Койтендагського заповідника. Примітно, що місця, що були мільйони років тому берегом моря, яким прогулювалися гігантські ящіри, зараз перебуває на висоті понад 2000 метрів над рівнем моря. [20]

Печерний комплекс Єкедешик. Печерне місто Єкедешик, розташоване в районі Тагта-Базар, справді унікальна і самобутня пам'ятка старовини, що чудово збереглася на території Туркменістану. Воно має статус Державного історичного та архітектурного заповідника. Саме слово "єкедешик" по-туркменськи означає "один отвір". Великий печерний комплекс має один-єдиний вхід, що й забезпечувало йому неприступність. Походження комплексу овіяне таємницею. За однією з легенд, печера вирита гоплітами Олександра Македонського, за іншою - тут попрацювали джини. Як би там не

було, розкопки підтвердили використання печер під житло починаючи як мінімум з 1 століття до н.е. Сама печера складається із двох поверхів. На нижніх поверхах своєрідна природна система водотоків збирала воду з підземних джерел, а на верхніх поверхах розташовані житлові кімнати, кухні, зали і навіть подoba вівтаря - всього тут 44 приміщення. Є припущення, що Скедешик служив монастирем. На це вказує той факт, що все більш менш широко печерні комплекси використовуються в Середній Азії саме як монастирі - зазвичай буддистські, а іноді і християнські. Нині у печерах проводяться археологічні розкопки, які розкриють походження цієї споруди. [19]

Озеро Ков-Ата. Жителі та гості Ашхабада мають унікальну можливість менш ніж за годину потрапити в зовсім інший світ - перлину країни - підземне озеро Ков-Ата, що в перекладі з туркменського означає «батько печер».

Печера знаходиться поблизу селища Бахарден і має однойменну назву.

Довжина печери становить 230 метрів, глибина від головного входу – 65 метрів. Більшість її території займає озеро, середня глибина якого 10 метрів. Озеро в печері живиться підземними водами, які насичені сірководнем і вважаються цілющими. До складу води також входять хлор, вуглекислота, бром, алюміній, залізо та інші елементи, загальна кількість яких близько 30 градусів. Температура води протягом усього року тримається в районі 35 градусів за Цельсієм. Поєднання цих факторів закріпило за озером у печері Ков-Ата репутацію цілющого джерела. [18]

Дарваза. Газовий кратер у Туркменістані, що горить понад 50 років, відомий у всьому світі.. Місцеві жителі та мандрівники називають його «Двері в пекло» або «Брама пекла».

1971 року біля села Дарваза геологи виявили скупчення підземного газу. В результаті розкопок та буріння розвідувальної свердловини вони натрапили

на підземну порожнечу, через що земля провалилася і утворилася велика дірка, наповнена газом. Бурова вежа з усім обладнанням і транспортом провалилася в дірку, що утворилася, люди при цьому інциденті не постраждали. Щоб шкідливі для людей та худоби гази не виходили назовні, їх вирішили підпалити. Геологи припускали, що пожежа за кілька днів згасне, але помилилися. З того часу природний газ, що виходить з кратера, безперервно горить вдень і вночі, поділяючись на сотні різних факелів, що горять. У деяких смолоскипах язика полум'я досягають 10–15 метрів заввишки. [17]

До списку також увійшли природні заповідники Туркменістану, **стародавнє місто Мерв, парфянська столиця Ніса та архітектурний заповідник Куняургенч.**

РОЗДІЛ ІІІ. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТУРКМЕНИСТАНІ

3.1. SWOT-аналіз туристичної сфери Туркменістану

Для аналізу переваг і недоліків діяльності різних підприємств у всьому світі використовують метод SWOT-аналізу. SWOT — аббревіатура Strengths — сильні сторони, Weaknesses — слабкі сторони, Opportunities — сприятливі можливості, Threats — загрози. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків туристичного регіону й країни. SWOT-аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається туристичний регіон, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості регіону, а й усі доступні переваги над конкурентами. SWOT-аналіз туристичного регіону передбачає пошук відповідей на кілька груп запитань. Одна група запитань стосується внутрішніх факторів (аналізуються переваги і недоліки), друга — зовнішніх факторів (сприятливі можливості й загрози).

Складаючи перелік запитань для SWOT-аналізу, потрібно враховувати, що занадто довгі списки відволікають увагу від головного, від того, що насправді важливо.

SWOT-аналіз допомагає виявити ключові фактори успіху, тобто переваги регіону, які найбільше сприяють туристичній діяльності.

Отже, на першому етапі проводиться аналіз за такими групами запитань.

Внутрішні фактори

Переваги:

— наявність достатніх природних ресурсів;

- стан екології;
- погодні фактори;
- наявність достатніх або унікальних культурно-історичних ресурсів;
- наявність інфраструктури й рівень її розвитку;
- наявність достатніх фінансових ресурсів;
- наявність хороших конкурентоспроможних навичок;
- чи існує гарна репутація регіону в споживачів;
- чи є регіон лідером на туристичному ринку;
- чи має регіон добре продуману стратегію в сфері туризму;
- чи має регіон власні технології в туризмі та якої якості;
- чи існують переваги у вартості турпослуг;
- чи є переваги перед конкурентами в сфері туризму, які;
- чи існує в регіоні здатність до інновацій у сфері туризму;
- чи існує можливість для розвитку екологічного туризму;
- чи існує можливість для розвитку лікувально-оздоровчого туризму;
- інше.

Недоліки:

- відсутність стратегічного напрямку;
- аутсайдерівське становище на турринку;
- застосування застарілих технологій (наприклад, технології лікування на курортах);
- низький рівень прибутку внаслідок...;
- незадовільний рівень менеджменту;
- поганий контроль за виконанням розпоряджень;
- програш конкурентам;
- відсталість в інноваційних процесах;
- недостатня розмаїтість пропонованих турів;

- погана матеріальна база;
- невелика кількість готелів;
- незадовільний імідж на туристичному ринку;
- слабкі маркетингові навички персоналу на підприємствах турбізнесу;
- відсутність достатнього фінансування туристичних проєктів;
- інше.

Зовнішні фактори

Сприятливі можливості:

- робота з додатковими групами споживачів;
- входження на нові туристичні ринки або сегменти ринку;
- розширення асортименту продуктів (турів, готельних послуг) для задоволення ширшого кола споживачів;
- диференційованість туристичної продукції;
- здатність регіону швидко перейти до більш вигідних стратегічних груп;
- упевненість відносно регіонів-суперників;
- швидке зростання ринку;

Загрози:

- поява нових конкурентів;
- збільшення обсягу продажу аналогічних турів або послуг, пропонованих регіонами-конкурентами;
- повільне зростання ринку;
- несприятлива податкова політика в сфері туризму з боку держави;
- зміна потреб і смаків туристів-споживачів;
- інше.

Отже проаналізувавши фактори зовнішнього та внутрішнього впливу, можна виділити переваги та недоліки туристичного регіону й країни. Переваги

служать базою, на яку туристичний регіон спирається в своїй конкурентній боротьбі, яку він повинен розширювати і зміцнювати. Особливу увагу варто приділяти аналізу слабких сторін та поступово ліквідовувати неефективні напрямки діяльності.[3]

Використовуючи дану методику, було складено таблицю SWOT-аналізу туристичної сфери Туркменістану.

Таблиця 3. SWOT-аналіз туристичної сфери Туркменістану

Переваги:	Недоліки:
<ul style="list-style-type: none"> — наявність унікальних природних ресурсів; — наявність унікальних культурно-історичних ресурсів; — наявність достатніх фінансових ресурсів; — Туркменістан прийняв Програму розвитку міжнародного співробітництва Туркменістану у туристичній галузі на 2024–2025 роки; — чи існує в регіоні здатність до інновацій у сфері туризму; — є значні ресурси для розвитку екологічного туризму; — існує можливість для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. 	<ul style="list-style-type: none"> — аутсайдерівське становище на турринку; — застосування застарілих технологій (наприклад, технології лікування на курортах); — незадовільний рівень менеджменту; — програш конкурентам; — відсталість в інноваційних процесах; — незадовільний імідж на туристичному ринку; — слабкі маркетингові навички персоналу на підприємствах турбізнесу.
Сприятливі можливості:	Загрози:
<ul style="list-style-type: none"> — входження на нові туристичні ринки або сегменти ринку; — розширення асортименту продуктів (турів, готельних послуг) для задоволення ширшого кола споживачів; — швидке зростання ринку; — розвиток інфраструктури; — підвищення рівню хороших конкурентоспроможних навичок; — курс на поліпшення репутації регіону в споживачів; — модернізація технологій в туризмі. 	<ul style="list-style-type: none"> — державна зарегульованість ринку; — повільне зростання ринку; — мала відомість туристичних дестинацій Туркменістану у світі.

Таким чином, Туркменістан наразі має необхідні передумови для розвитку туристичної сфери, однак задля досягнення зростання туристичного ринку на регіональному та світовому рівні, Туркменістану необхідно продовжити та акселерувати реформування національного туристичного ринку та розбудову туристичної інфраструктури. Також необхідне сворення і проведення маркетингових кампаній для промоцій туркменського туристичного продукту у світі.

Для розуміння місця Туркменістану на регіональному рівні в сфері туризму, проведемо порівняння стану розвитку національного туристичного ринку Туркменістану та Казахстану.

Казахстан, як і Туркменістан, є країною з перехідною економікою, колишньою республікою СРСР, членом СНД, розташована в Центральній Азії та має значні туристичні ресурси.

За даними офіційного порталу статистичних даних Казахстану було складено Таблицю 4. [Додаток Б]

Таблиця 4. Кількість обслужених відвідувачів за типами туризму Республікою Казахстан за 2022 рік, тис. осіб

Тип туризму	Виїзний	В'їзний	Внутрішній
Обслуговано туристів, тис. Осіб			
Всього	7 670,0 ¹⁾	4 728,8 ¹⁾	8 607,6*
з них			
місцями розміщення²⁾	-	927,8	6 407,3
санаторно-курортними організаціями³⁾	-	0,9	378,7
природними територіями, що особливо охороняються⁴⁾	-	263,8	1 821,6

Дані Прикордонної служби Комітету Національної безпеки Республіки Казахстан.

Дані загальнодержавного статистичного спостереження формою 2-туризм «Звіт про діяльність місць розміщення».

Дані загальнодержавного статистичного спостереження за формою 1-санаторій "Звіт про санаторно-курортну діяльність".

Оцінка за даними відомчого статистичного спостереження Комітету лісового господарства і тваринного світу Міністерства екології та природних ресурсів Республіки Казахстан за формою 1 ООПТ «Облік природних територій, що особливо охороняються».

Аналізуючи дану таблицю, можемо зробити висновки, що туристична сфера Казахстану є розвинутою, представленою різноманітними об'єктами та дестинаціями. Однак виїзний туризм країни переважає над в'їзним, що свідчить про недостатню відомість та доступність туристичного продукту країни. Таким чином, Казахстан, як і Туркменістан, має необхідні передумови для розвитку туристичної сфери, однак, як і Туркменістану, Казахстану необхідно вижити комплексу заходів з промотування національного туристичного продукту в регіоні та світі. Отже, обидві країни мають потенціал для розвитку національного туристичного ринку за умови врахування переваг та недоліків сучасного стану власної туристичної сфери.

3.2. Стратегії розвитку туризму в Туркменістані

Національний туристичний ринок формується та функціонує в правовому та економічному полі держави і саме на цьому рівні найяскравіше проявляється дієвість державної туристичної політики. Сутність державної туристичної політики полягає в стимулюванні потреб населення в послугах туризму, в протекціоналізмі туристичній діяльності в сфері малого і середнього бізнесу шляхом створення правових основ та нормативної бази, сприятливого фінансового механізму, проведення фінансово-економічного регулювання, спрямованого на розвиток ринкових структур і пожвавлення ринкової діяльності суб'єктів туристичного ринку, спрощення туристичних формальностей, цілеспрямованої підготовки кадрів та проведення науково-дослідної роботи в цій сфері. Державна туристична політика є комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку. . [1, с. 45]

Індустрія туризму є однією із важливих статей доходу для будь-якої держави. Туркменістан зацікавлений у прискореному розвитку матеріальної та економічної бази туризму, підвищенні його інвестиційної привабливості, що вплине на розвиток інших галузей.

У Туркменістані створено якісно нову нормативно-правову базу розвитку туризму, що відповідає міжнародним стандартам, покликана забезпечити більш повну та об'ємну реалізацію можливостей багатого туристичного потенціалу країни. Цьому сприяє і ухвалений у жовтні 2019 року Закон Туркменістану «Про Спілку промисловців та підприємців Туркменістану» у новій редакції. Актуальна та своєчасна реорганізація сфери

гостинності та подорожей допоможе швидкому та ефективному подальшому розвитку національного туризму як пріоритетного напрямку державної та соціально-економічної політики Туркменістану, значно розширить уявлення про нашу країну, сприятливу для розвитку відносин із зарубіжними державами.

Вітчизняні підприємці за масштабної підтримки держави послідовно розширюють освоєння цього нового сектору та пропонують різноманітний спектр цікавих туристичних послуг, що дозволяє робити свій внесок у динамічний розвиток національної економіки, успішно втілювати у життя Державні програми розвитку підприємництва у Туркменістані.

Протягом останніх кількох років триває активна робота з вивчення культурної спадщини туркменського народу. Прикладом цього можуть бути археологічні розкопки Шахріслама – однієї з найцікавіших і маловивчених пам'яток старому караванному шляху між оазисами Ахала і Хорезма. Вивчення середньовічного об'єкта увійшло в активну стадію з ініціативи та за спонсорської підтримки Співки промисловців та підприємців Туркменістану. Для відновлення розкопок на Шахрісламі було організовано нову експедицію туркменських археологів, знахідки яких регулярно представляються на щорічній виставці СППТ, символізуючи історичну спадкоємність та демонструючи, як бізнес у взаємодії з наукою сприяє глибокому вивченню багатовікової історії Туркменістану.

Крім того, серед ключових напрямів роботи, що ведеться сьогодні, – розширення географії та різноманіття туристичних маршрутів, підвищення якості послуг, підготовка кваліфікованих фахівців для даної галузі. Ведеться просування національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою активної інформаційно-рекламної

діяльності, а також участі туркменського туристичного бізнесу у найбільших світових виставках та форумах. [16]

З метою ефективної реалізації «Концепції зовнішньополітичного курсу нейтрального Туркменістану на 2022–2028 роки» та «Програми розвитку зовнішньоекономічної діяльності Туркменістану на 2020–2025 роки», а також налагодження широкого співробітництва з розвитку міжнародного туристичного кластеру та міжнародної виставкової діяльності. провідними у цій сфері державами світу Президент Туркменістану Сердар Бердимухамедов 25 серпня 2023 підписав Постанову, затвердивши «Програму розвитку міжнародного співробітництва Туркменістану у туристичній галузі на 2024–2025 роки», також «Концепцію розвитку міжнародної виставкової діяльності Туркменістану на 2024–2025 роки». [22]

Постанова підписана з метою ефективної реалізації «Концепції зовнішньополітичного курсу нейтрального Туркменістану на 2022–2028 роки» та «Програми розвитку зовнішньоекономічної діяльності Туркменістану на 2020-2025 роки», а також налагодження широкого співробітництва з розвитку міжнародного туристичного кластеру та міжнародної організаціями та провідними у цій сфері державами світу.[6]

Туркменістан з його багатою історико-культурною спадщиною та природними пам'ятками має великий потенціал для розвитку різних видів туризму – від історичного та етнографічного до пригодницького та оздоровчого. Новим напрямком для розвитку міжнародного співробітництва Туркменістану у цій сфері стане також круїзний туризм.

Запуск круїзів Каспійським морем, в яких туристи зможуть відвідати Росію, Туркменістан, Азербайджан, Казахстан і Іран, був анонсований на Шостому Каспійському Саміті, що відбувся в Ашхабаді.

Морські круїзи Каспією сприятимуть розвитку регіонального туризму – не тільки пляжного відпочинку, а й культурно-пізнавального та етнографічного туризму. Прогнозоване зростання турпотоків між Туркменістаном, Казахстаном, Іраном, Азербайджаном та прикаспійськими регіонами Росії може призвести до того, що Каспійське узбережжя зможе приймати щонайменше мільйон мандрівників на рік.

Створена на туркменській ділянці Національна туристична зона «Аваза» з найсучаснішою інфраструктурою відпочинку та розваг може запропонувати для них розкішні готелі та оздоровчі центри, ресторани світової та місцевої кухні, спортивні споруди та парки, можливості катання на скутерах, яхтах, водних лижах, занять та дайвінгом.[21]

27 березня 2024 року в готелі «Yyldyz» відбулася Міжнародна конференція «Основні напрямки та потенціал розвитку туризму в Туркменістані».

У форумі беруть участь представники міжнародних організацій, керівники та експерти провідних туркменських та зарубіжних компаній, що спеціалізуються у профільній галузі, у тому числі з Туреччини, Грузії, Узбекистану, Азербайджану, Киргизької Республіки, Казахстану, Китаю, Німеччини, Японії, Швеції, Кореї, а також Шрі-Ланки.

Туркменістан націлений на активізацію міжнародного співробітництва у сфері туризму, свідченням чого є успішні контакти цієї лінії з різними країнами. Крім того, Туркменська держава активно надає свої можливості на міжнародних форумах. У цьому плані показовою є церемонія старту заходів з нагоди оголошення міста Анау культурною столицею тюркського світу в 2024 році, що відбулася напередодні в будівлі «Türkmenin ak öýi» в етрапі Ак бугдай Ахалського веляята.

Актуальні напрями державної стратегії розвитку туристичного комплексу Туркменістану – розширення географії та різноманіття туристичних маршрутів, підвищення якості послуг, підготовка кваліфікованих фахівців для даної галузі, налагодження ефективної інформаційно-рекламної діяльності та плідних міжнародних зв'язків.

Йдеться також про заходи щодо включення до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО унікальних куточків природи та пам'яток Туркменістану, розвитку готельної та рекреаційної інфраструктури.

Учасники форуму відзначали, що масштабні реформи, що здійснюються з послідовного розвитку та вдосконалення туристичної інфраструктури, дають хороші результати. Збільшується кількість сучасних готелів, велику популярність набули курорт «Аваза», місто Ашхабад, внесене до списку Федерації туристичних міст світу, що вражає красою будівель місто Аркадаг. У країні широко розвинені екологічний, лікувально-оздоровчий, фольклорно-етнографічний, історико-архітектурний, культурно-просвітницький, діловий, спортивний та інші види туризму.

Також йшлося про практичну реалізацію спільної програми «Один тур – весь регіон», який охопить весь спектр туристичних продуктів.[14]

ВИСНОВКИ

Під час написання кваліфікаційної роботи було опрацьовано понад 100 вітчизняних та зарубіжних джерел інформації, з яких у кваліфікаційній роботі використано 24.

За результатами аналізу термінологічно-поняттєвого апарату було з'ясовано, що: **турист** – це суб'єкт туризму, особа, яка здійснює подорож, задовольняючи свої рекреаційні потреби відповідно до суб'єктивної мотивації.

Туризм – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

Індустрія туризму – сукупність взаємопов'язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту.

Туристичний продукт – специфічні споживчі блага (сукупність товарів, послуг і дійсних туристичних благ: клімат, ландшафт, акваторії тощо), які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі.

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

Національний туристичний ринок – туристичний ринок, що формується та функціонує в правовому та економічному полі держави.

Було визначено, що основними **факторами, що впливають на розвиток туризму**, є природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори, а також демографічні, соціальні, економічні, культурні, міжнародні фактори та науково-технічний прогрес. Ці фактори можна розподілити на дві групи: **статичні і динамічні**. Статичні фактори розвитку туризму мають незмінне в часі значення.

Було охарактеризовано методикку дослідження національного туристичного ринку.

Було охарактеризовано природні і історико-культурні туристичні ресурси Туркменістану та основні туристичні дестинації країни. Було дано характеристику туристичній інфраструктурі на прикладі Національної туристичної зони «Аваза».

Було проаналізовано географію туристичних потоків Туркменістану. У результаті проведеного аналізу було зроблено висновки, що, по-перше, за останнє десятиліття найбільш відвідуваними країнами є Азербайджан, Білорусь, Болгарія, Грузія, Індія, Іран, Казахстан, Киргизстан, Китай, ОАЕ, Росія, Румунія, Саудівська Аравія, США, Таджикистан, Туреччина, Узбкістан, Україна. Серед них перше місце за відвідуваністю поділяють між собою Туреччина та Іран. Туреччина є одним із світових лідерів за міжнародною туристичною відвідуваністю та популярним місцем відпочинку, в той час як Іран має спільний кордон із Туркменістаном, культурні та релігійні зв'язки із країною.

По-друге, пандемія COVID-19 значно скоротила основні туристичні потоки з країни. Натопість, у період після пандемії нової популярності у жителів Туркменістану набули такі туристичні напрями, як Болгарія, Португалія та Румунія. Поступово на рівень до пандемії COVID-19 повертається кількість відвідувань Азербайджану та Киргистану.

По-третє, кількість відвідувань Росії, України та Білорусі значно знизилася у 2022 році, що пов'язано із початком російського вторгнення в Україну.

За допомогою проведеного SWOT-аналізу туристичного ринку Туркменістану, було зроблено висновки, що Туркменістан наразі має необхідні передумови для розвитку туристичної сфери, однак задля досягнення зростання туристичного ринку на регіональному та світовому рівні, Туркменістану необхідно продовжити та акселерувати реформування національного туристичного ринку та розбудову туристичної інфраструктури. Також необхідне сворення і проведення маркетингових кампаній для промоцій туркменського туристичного продукту у світі.

Було проведено порівняння переваг та недоліків туристичної сфери Казахстану та Туркменістану. Було зроблено висновки, що Казахстан, як і Туркменістан, має необхідні передумови для розвитку туристичної сфери, однак, як і Туркменістану, Казахстану необхідно вижити комплексу заходів з промотування національного туристичного продукту в регіоні та світі. Обидві країни мають потенціал для розвитку національного туристичного ринку за умови врахування переваг та недоліків сучасного стану власної туристичної сфери.

Було охарактеризовано прийняту Туркменістаном «Програму розвитку міжнародного співробітництва Туркменістану у туристичній галузі на 2024–2025 роки». Актуальні напрями державної стратегії розвитку туристичного комплексу Туркменістану – розширення географії та різноманіття туристичних маршрутів, підвищення якості послуг, підготовка кваліфікованих фахівців для даної галузі, налагодження ефективної інформаційно-рекламної діяльності та плідних міжнародних зв'язків.

Список використаних джерел

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (*геопросторові аспекти*) –2-е вид., перероб. та доп. – К.: “Альтерпрес”, 2003. –436 с.: іл., картосхеми.
2. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. - К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 335 с.
3. Мальська М.П Міжнародний туризм і сфера послуг:підручник/ М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич.– К.:Знання, 2008.– 661с.
4. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. –
5. Туристський термінологічний словник / Авт.-упоряд. І. В. Зорін, В. А. Квартальне. -М: Радянський спорт, 1999.,
6. Утверждена программа развития туристической отрасли Туркменистана на 2024-2025 годы -SalamNews Link: <https://salamnews.tm/rus/news/blog/utverzhdena-programma-razvitiia-turisticheskoi-otrasli-turkmenistana-na-2024-2025-gody-6f8e7b>. (Last accessed: 14.05.2024).
7. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices / UNESCO. URL <https://whc.unesco.org/en/list/1675/> (Last accessed: 14.05.2024).
8. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices / UNESCO. URL<https://whc.unesco.org/en/list/1693/> (Last accessed: 14.05.2024).

9. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices / UNESCO. URL <https://whc.unesco.org/en/list/886/> (Last accessed: 14.05.2024).
10. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices / UNESCO. URL <https://whc.unesco.org/en/list/1199/> (Last accessed: 14.05.2024).
11. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices / UNESCO. URL <https://whc.unesco.org/en/list/1242/> (Last accessed: 14.05.2024).
12. Ministry of Foreign Affairs of Turkmenistan. URL: <https://www.mfa.gov.tm/ru/articles/5> (Last accessed: 14.05.2024).
13. Ministry of Foreign Affairs of Turkmenistan. URL: <https://www.mfa.gov.tm/ru/articles/11> (Last accessed: 14.05.2024).
14. Ministry of Foreign Affairs of Turkmenistan. URL: <https://www.mfa.gov.tm/ru/news/4452> (Last accessed: 14.05.2024).
15. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/blog/26375/turisticheskaya-industriya-v-turkmenistane-rasshiryet-svoi-vozmozhnosti> (Last accessed: 14.05.2024).
16. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/blog/26375/turisticheskaya-industriya-v-turkmenistane-rasshiryet-svoi-vozmozhnosti> (Last accessed: 14.05.2024).
17. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/catalog/1022> (Last accessed: 14.05.2024).
18. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/catalog/1026> (Last accessed: 14.05.2024).

19. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/catalog/1170> (Last accessed: 14.05.2024).
20. News agency of Turkmenistan. веб-сайт. URL: <https://turkmenportal.com/catalog/1223> (Last accessed: 14.05.2024).
21. State news agency of Turkmenistan. Electronic newspaper «Golden age» URL: <https://turkmenistan.gov.tm/ru/post/74248/turkmenistan-aktiviziruet-mezhdunarodnoe-turisticheskoe-sotrudnichestvo> Last accessed: 14.05.2024).
22. The State news agency of Turkmenistan Turkmenistan Today. URL: <https://tdh.gov.tm/ru/post/37292/turkmenistan-aktiviziruet-mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo-po-razvitiyu-turizma-i-vystavochnoj-deyatelnosti> (Last accessed: 14.05.2024).
23. United Nations Conference on International Travel and Tourism, Rome, 21 August-5 September 1963 : recommendations on international travel and tourism *E_CONF-47_18-EN* - PDF
24. UNWTO General Assembly Documents Volume 2001, Issue 1: 14th General Assembly (Documents in English) Seoul (Republic of Korea) / Osaka (Japan), 24-29 September 2001,

ДОДАТКИ

Додаток А

World Tourism Organization (2024), Data on Outbound Tourism (calculated on basis of arrivals in destination countries) dataset [Electronic], UNWTO, Madrid, data updated on 25/05/2024.

Conceptual references and technical notes are available in the Methodological Notes to the Tourism Statistics Database: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423606>

TURKMENISTAN

	SERIES	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Angola	TFR	87	90	2	2	43	1		18			
Armenia	TFR											427
Австралија	VFR	10	10		20	20	30	20	14	1		14
Azerbaijan	VFR	4,906	4,766	5,398	6,800	7,637	16,891	28,036	52,092	8,256	2,738	11,188
Azerbaijan	THSR	0						1,142	2,177		113	627
Bahamas	TFR	6	4	5	7	1	4	2				2
Bahrain	VFR							102	300		62	92
Bangladesh	TFN											
Barbados	TFR				21	24	4	2	1	1		
Belarus	VFN	11,927	12,405	13,227	12,972	11,803	12,352	18,016	15,770	4,000		
Belarus	TFN	31	49	113	231	1,190	1,200	467	365	46		
Belgium	TCER	89	122	160	132	136	139	187	178	23	12	121
Belgium	THSR	85	119	144	127	132	129	184	166	20	12	107
Bhutan	TFN					2	2		1			
Bolivia, Plurinational State of	TFN					2		2	3	7	1	1
Botswana	TFR				1	1						
Bulgaria	TCER					215	152	130	289	104	97	64
Bulgaria	THSR					214	150	99	288	102	91	58
Bulgaria	VFR					562	482	461	872	324	378	5,978
Canada	TFR	70	54	55	91	32	99	60	109	28	25	74
Canada	VFR	72	56	58	93	35	102	61	112	32	26	77
Cayman Islands	TFR							2	2			
Chile	TFN		3		7	1	3	3	16			
China	VFN	15,629	14,562	17,030	14,918	13,806	14,426	15,244	19,586			
Colombia	TFR	33	39		2	2	4	10	5	2	3	18
Congo, Democratic Republic of the	TFR				2						4	
Costa Rica	TFN	2	4	2	6		2	6	5		2	1
Cuba	VFR					23	17	37	22	10	14	12
Dominican Republic	TFR											1
Ecuador	VFR			1		2	8	4	5	3	8	12

New Zealand	VFR						16	4	10	7		3
Nicaragua	TFN	1			1							2
Panama	VFR	6	2	2	1	15	7	3	8	1	4	53
Paraguay	TFN			1			2	1				3
Peru	TFR	2	1	4	7	4	4		5			
Philippines	TFR											46
Philippines	TCER											46
Poland	TCER	119	65	81	134	148	166	97	162	30	112	380
Poland	THSR	117	60	73	105	120	138	79	81	21	40	232
Portugal	TCER								188	48	74	185
Portugal	THSR								175	41	69	47,9 52
Romania	VFR	314	296	461	494	574	512	616	863	308	347	6,96 4
Russian Federation	VFN	43,72 0	40,23 8	47,00 2	50,70 6	17,09 9	21,08 6					
Rwanda	VFN			1	6	3	1	1	1	1	1	
Saudi Arabia	TFR	889	1,533	508	3,019	1,268	6,024	1,077	3,112	121	15	1,16 4
Seychelles	TFR	8	3	3	4	23	7	3	10	6		3
South Africa	TFR	48	28	32	14	16	9	13	6	4	7	17
South Africa	VFR	50	28	34	18	16	9	15	6	4	7	18
Sri Lanka	TFR							77	96	21	4	29
Tajikistan	VFR	497	419	679	1,035	1,150	4,845	1,257	2,103	736	207	
Trinidad and Tobago	TFN			3	7	3	2	3	1			
Türkiye	TFN	135,1 65	148,7 05	179,9 74	174,3 29	165,7 62	230,8 76	252,9 07	297,6 85	43,0 65	18,9 79	45,2 29
Türkiye	TCEN	28,76 0	30,91 3	51,29 5	63,36 9	69,18 1	114,6 93	75,82 9	83,19 4	28,4 13	30,4 14	42,4 04
Türkiye	THSN	28,23 6	30,81 4	48,69 6	63,03 8	68,33 4	114,1 88	75,01 9	82,47 6	27,7 73	30,0 93	41,8 90
Türkiye	VFN	135,1 68	148,7 09	180,3 95	174,3 30	165,7 62	230,8 81	252,9 11	297,7 06	43,2 36	18,9 79	45,2 49
Uganda	TFR	8	10	5	4	6	17				4	14
Ukraine	TFR	19,64 7	22,12 0	16,44 5	14,35 8	11,39 2	10,51 3	12,62 9	10,96 2	4,01 4	4,79 7	2,36 1
United Arab Emirates	THSN							3,251				
United Arab Emirates	TCEN				38,14 6	29,41 9	32,76 1	27,14 0	37,52 7	5,20 3		
United Arab Emirates	VFN				39,73 5	30,64 5	34,12 6	28,27 1	39,09 1	5,42 0		
United States of America	TFR	704	1,044	1,251	1,239	1,199	1,340	1,052	1,017	174	101	929
Uzbekistan	VFR	172,5 90	104,8 79	39,71 4	46,84 5	39,42 2	46,62 1	169,9 22	574,7 95	60,6 31	1,15 6	5,96 8

Додаток Б

Информация по туристскому потоку Казахстана

Количество обслуженных посетителей по типам туризма по Республике Казахстан за 2022 год

тыс. человек

	Выездной	Въездной	Внутренний
Всего	7 670,0 ¹⁾	4 728,8 ¹⁾	8 607,6*
из них			
местами размещения ²⁾	-	927,8	6 407,3
санаторно-курортными организациями ³⁾	-	0,9	378,7
особо охраняемыми природными территориями ⁴⁾	-	263,8	1 821,6

Данные Пограничной службы Комитета Национальной Безопасности Республики Казахстан.

Данные общегосударственного статистического наблюдения по форме 2-туризм «Отчет о деятельности мест размещения».

Данные общегосударственного статистического наблюдения по форме 1-санаторий «Отчет о санаторно-курортной деятельности».

Оценка по данным ведомственного статистического наблюдения Комитета лесного хозяйства и животного мира Министерства экологии и природных ресурсов Республики Казахстан по форме 1 ООПТ «Учет особо охраняемых природных территорий».

Количество обслуженных въездных и внутренних посетителей по областям и курортным зонам Республики Казахстан

человек

	Количество въездных и внутренних посетителей	В том числе			Количество «самоорганизованных» въездных и внутренних посетителей (оценка) ⁴⁾
		остановившихся в местах размещения ¹⁾	отдыхавших в санаторно-курортных организациях ²⁾	посетивших особо охраняемые природные территории ³⁾	
по курортным зонам за 2022 год*					
По курортным зонам	5 740 059	3 568 378	190 570	1 981 111	1 805 631
Щучинско-Боровская курортная зона	1 049 057	282 154	49 202	717 701	351 776
Алматинская курортная зона	123 317	81 992	-	41 325	65 606
Баянаульская курортная зона	190 574	73 835	-	116 739	15 023
Каркаралинская курортная зона	51 701	23 627	-	28 074	13 523
Мангистауская курортная зона	282 670	281 844	479	347	190 452
Сарыагашская курортная зона	92 011	16 997	75 014	-	12 613
Костанайская курортная зона	17 447	6 900	9 908	-	8 470
Алтайская курортная зона	88 924	85 016	3 980	-	16 721
Зерендинская курортная зона	58 231	25 695	715	31 821	9 529
Балхашская курортная зона	85 064	80 253	4 811	-	48 706
Бухтарминская курортная зона	54 406	53 527	-	879	8 086
Уланская курортная зона	8 601	8 601	-	-	3 885
Курортная зона Имантау-Шалкар	62 501	20 486	-	42 015	964
Туристская зона Байконур	161	161	-	-	9 322
Курортная зона Катон-Карагай	16 013	5 467	2 704	7 842	1 295
Туристская зона Туркестан	124 746	123 815	493	438	255 520
Алакольская курортная зона (ВКО)	233 122	163 756	-	69 021	5 525
Алакольская курортная зона	180 813	180 041	-	772	3 076
Алматинский горный кластер	3 021 612	2 054 211	43 264	924 137	785 539

Данные общегосударственного статистического наблюдения по форме 2-туризм «Отчет о деятельности мест размещения».

Данные общегосударственного статистического наблюдения по форме 1-санаторий «Отчет о санаторно-курортной деятельности».

Данные ведомственного статистического наблюдения Комитета лесного хозяйства и животного мира Министерства экологии и природных ресурсов Республики Казахстан по форме 1 ООПТ «Учет особо охраняемых природных территорий». В числе посетителей ООПТ учтены посетители, которые могут являться, как самоорганизованными туристами, так и могут быть уже учтены в местах размещения и в санаториях, включая однодневных посетителей.

Данные рассчитаны на основе данных выборочных обследований домашних хозяйств (форма Н-050 «Анкета о расходах домашних хозяйств на поездки») и въездных посетителей (форма Н-060 «Анкета обследования посетителей»). Учтены посетители, остановившиеся в «бесплатных» местах размещения (загородный дом, съемная квартира, у родственников и так далее).

