

На правах рукописи

Сима Хеммати Мирзаага

**ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ
РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ТУРИЗМА В
ИРАНЕ**

Специальность: 25.00.24 – Экономическая, социальная,
политическая и рекреационная география

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата географических наук

Душанбе – 2017

Работа выполнена в Таджикском государственном педагогическом университете имени Садриддина Айни

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор кафедры экономической кибернетики Таджикского национального университета **Джураева Адолат**

Официальные оппоненты: **-Красноярова Белла Александровна** – доктор географических наук, профессор кафедры экономической географии и картографии Алтайского государственного университета;
-Диловаров Рахматшо – кандидат географических наук, доцент кафедры экономики и управления туризма Таджикского национального университета

Ведущая организация: **Институт предпринимательства и сервиса Таджикистана**

Защита диссертации состоится «___» июня 2017 г. в «___» часов на заседании объединенного диссертационного совета Д 999.087.03 на базе Таджикского государственного педагогического университета им. С. Айни, Российско-Таджикского (славянского) университета, Таджикского государственного университета коммерции по адресу: 734003, Республика Таджикистан, г. Душанбе, проспект Рудаки, 121.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Таджикского государственного педагогического университета им. С. Айни.

Автореферат размещен на официальном сайте ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации <http://vak2.ed.gov.ru>

Автореферат разослан «___» апреля 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических
наук, доцент

А. Джураев

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В условиях рыночных отношений правильная организация туристической деятельности выступает как фактор роста эффективности этой отрасли и успешного решения задач, стоящих перед ней. Различные территории страны имеют свои специфические особенности, которые проявляются в географическом положении, природно-экономических предпосылках формирования и развития туристических объектов, их структуры и направленности, в потенциальных возможностях дальнейшего развития туристической отрасли в конкретном регионе. Рыночные отношения требуют более целенаправленной ориентации туристической отрасли на рост прибыльности с учётом максимально эффективного использования природно-климатических, исторических, географических и других факторов.

Этот процесс не может носить стихийный характер, и по мере повышения зрелости рынка значение управляемости организацией туристической деятельности резко повышается. Совершенствование территориальной организации и географического районирования туристической отрасли способствует рациональному использованию и охране природных, человеческих и материальных ресурсов в процессе развития этой отрасли. Гостиничный бизнес оказывает мощное стимулирующее воздействие на развитие смежных отраслей экономики, и прежде всего туристической индустрии. Строительство современных отелей обуславливает инновационное развитие государства, влияющее, в свою очередь, на повышение конкурентоспособности всех отраслей экономики. Это влечет рост инвестиционной привлекательности предприятий и отраслей и, в конечном итоге, создает условия для устойчивого экономического роста.

С другой стороны, проблема проживания туристов является одной из самых важных и комплексных. Вопросы проживания определяют мотивацию для приезда и передвижения туристов, продолжительность поездки и уровень расходов. Актуальность данного вопроса возрастает с того

момента, когда популярность туристических мест начинает определяться и лимитироваться их способностью предоставить как можно большему количеству туристов места для проживания и ночлега.

Иран привлекателен для развития туристского бизнеса, поскольку обладает значительным рекреационным, культурным и природно-климатическим потенциалом. Однако фактором, существенно ограничивающим возможности использования этого потенциала в целях туризма, является недостаточная обеспеченность основных туристических мест гостиничным фондом.

Одной из целей программы «Горизонт-2025», принятой в Исламской Республике Иран (ИРИ) для поддержания и развития туристической отрасли, является привлечение 20 миллионов туристов. В программе особое место уделяется развитию системы мест для проживания гостей страны. Соответственно, актуальность темы исследования заключается в определении экономико-географической взаимосвязи развития гостиничного бизнеса и туризма для сохранения баланса в их экономическом развитии. Поэтому в работе комплексно, во взаимосвязи с индустрией туризма, рассматриваются состояние и развитие гостиничной отрасли в Иране с учетом совокупности значимых макроэкономических и микроэкономических факторов.

Степень изученности проблемы.

Проблемам территориальной организации туристического и гостиничного дела посвящены труды ученых-экономистов, географов и специалистов отрасли. Серьезный вклад в исследование проблем территориальной организации гостиничного бизнеса внесли известные ученые, такие как Шенаса Х., Джавахири Х., Резвани А., Рахмани М., Замани Фарахани Х., Заргам Х. Файзбахш Х., Нурбахш М., Сергеев Д., Ларина Н., Арефьев В., и другие.

В Таджикистане отдельные аспекты данной проблемы были рассмотрены в работах Каримова Т.Б., Джанжугазовой Е.А., Гаюрова Ш.К., Киани Р., Джонмахмадова М.П., Аминова М.Х., Норузи М., Голамхасан, Х., Джураевой А. и др. Основная часть этих работ посвящена вопросам территориальной организации туристической отрасли и развитию гостиничного

бизнеса. Что же касается трудов, которые появились позже, то они отличаются своей фрагментарностью и отсутствием системного подхода к проблеме.

Исчерпывающее описание и развитие методологии экономической географии представлено в трудах таких российских исследователей как Н.Г. Фомин, Л.И. Василевский, В.М. Гохман, С.Я. Ныммик, А.И. Чистобаев.

Учитывая новизну темы и недостаток аналогичных примеров в исследованиях, а также по причине тесной связи темы исследования с бизнесом, особенно в таких «чувствительных» секторах, как отели и гостиничный бизнес, автор в начале и ходе исследования столкнулся с рядом проблемных моментов. Среди них: отсутствие достаточной информации о положении дел в области жилых помещений в Иране; отсутствие, по различным причинам, доступа ко всей информации связанной с курортами и местами проживания; отсутствие внутренних и иностранных письменных источников внутри страны, связанных с темой исследования; отсутствие исследовательских планов по теме исследования или близко связанных с ней тем.

Объектом диссертационного исследования является территориальная организация, направление и перспективы развития туристической отрасли и гостиничного бизнеса Исламской Республики Иран в экономико-географическом аспекте.

Предметом исследования являются экономико-географические взаимосвязи развития гостиничного бизнеса и туризма в Исламской Республике Иран.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является выявление закономерностей и пространственных особенностей территориального размещения основных объектов гостиничного бизнеса, их влияния на развитие туристической отрасли в Исламской Республики Иран. с учетом природных условий, а также определение путей совершенствования организации гостиничного бизнеса совместно с развитием отрасли туризма в условиях рыночной экономики.

Для достижения этой цели был сформулирован и решен ряд частных научных задач:

1. На основе обобщения понятийного базиса, теории и методологии экономической географии выполнены анализ и систематизация экономико-географических особенностей формирования и развития гостиничного бизнеса ИРИ в исторической ретроспективе.

2. Описаны и охарактеризованы отдельные составляющие природно-ресурсного и туристического потенциала на территории Исламской Республики Иран.

3. Выявлены особенности территориальной организации и размещения инфраструктуры и отдельных объектов гостиничного бизнеса в Иране.

4. Определены устойчивые связи между состоянием гостиничного бизнеса, инвестиционной активностью и развитием туристической отрасли ИРИ.

5. Сформулированы и научно обоснованы предложения по комплексному и эффективному развитию гостиничного бизнеса и туристической отрасли в Иране.

Теоретическая и методологическая база диссертации представлена основными научными подходами – системным, территориальным, типологическим. Для решения поставленных задач в работе использованы следующие методы: описательный и обзорный, сравнительно-географический, картографический, историографический, ретроспективный, библиографический и статистический.

Для проверки гипотез исследования использованы критерий Пирсона, U-критерий Манна-Уитни и непараметрический T-критерий Вилкоксона.

Теоретической основой работы стали труды ученых-теоретиков в области географии и экономики туризма, а также работы специалистов в области гостиничного бизнеса.

Информационно-статистическая база исследования представлена статистическими сборниками и ежегодными статистическими бюллетенями Исламской Республики Иран за период с 1994 по 2016 гг. В работе использованы монографии, статьи и диссертации российских, таджикских, иранских и зарубежных авторов, а также материалы сети Internet.

Область исследования. Диссертационная работа выполнена в соответствии с п. 11 «Территориальная организация и размещение отдельных отраслей хозяйства, других сфер человеческой деятельности, в частности сферы услуг» паспорта специальности 25.00.24 ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации (географические науки).

Научная новизна выполненных в диссертационной работе исследований заключается в следующем:

1. На основании тщательного анализа литературных источников и нормативно-правовой базы, конкретизированы значения факторов, определяющих сочетание спроса и предложения в туристической отрасли Ирана. Критический анализ и сопоставление доступных сведений позволили сделать новые оригинальные выводы в отношении особенностей формирования и развития гостиничного бизнеса Ирана и его влияния на туристическую отрасль страны.

2. В научный оборот вовлечены новые статистические данные и экспертные оценки состояния природно-ресурсного и туристического потенциала Исламской Республики Иран, собранные и верифицированные автором из разнородных, в том числе труднодоступных источников (с учетом закрытости национальной информационной политики Ирана).

3. На основе системного и ретроспективного анализа определены и конкретизированы особенности территориальной организации и размещения инфраструктуры и отдельных объектов гостиничного бизнеса на территории Исламской Республики Иран.

4. Изучены причинно-следственные связи взаимовлияния туристической и гостиничной отрасли, сформулированные в виде двух гипотез исследования, проверенных в ходе информационно-статистического исследования.

5. Разработаны, сформулированы и обоснованы методические положения по рациональному развитию туристической и гостиничной отраслей экономики Ирана в рамках существующих программ экономических реформ, отличающиеся от известных с учетом особенностей природно-ресурсного и туристического потенциала страны.

Практическая значимость работы состоит в том, что содержащиеся в ней положения, собранный материал и выводы могут быть использованы при разработке региональных и муниципальных программ, стратегий в сфере устойчивого развития туристической отрасли. Работа обеспечивает историческое и экономико-географическое сопровождение решения проблем формирования и развития туристической и гостиничной отрасли в разных аспектах управления, включающих в себя разработку основных методических положений по рациональному использованию и развитию сильных сторон Иранского гостиничного бизнеса, а также выбора приоритетных направлений в развитии элементов региональной экономической системы.

Теоретическая ценность работы заключается в оригинальном подходе описания предмета исследования, что обеспечивает эффективную методологическую основу для проведения аналогичных исследований.

Достоверность вынесенных на защиту диссертации положений обеспечивается корректной постановкой задач, использованием официальных статистических данных, обработанных с применением современных статистических методов; обоснованностью исходных методологических позиций; структурно-логической схемой диссертационной работы; соответствием комплекса использованных методов предмету исследования и поставленным задачам; анализом результатов эксперимента; материалом личного опыта и экспериментальной работой автора исследования.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В результате длительного поступательного развития туристической отрасли Ирана на основе комплексного стратегического планирования на протяжении XX - начала XXI века, к настоящему времени критическим фактором ограничения туристического предложения является слабая развитость гостиничной инфраструктуры. Факторами ограничения туристического спроса выступают внешнеполитические условия и негативный информационный фон. Существующие программы нацелены на интенсификацию внутреннего туризма, тогда как

только иностранный туризм может дать устойчивую основу развитию гостиничного бизнеса в стране.

2. Иран обладает уникальными, многоплановыми и богатыми культурными и природными туристическими достопримечательностями, сосредоточенными в шести условных туристических регионах, по каждому из которых составлен реестр первостепенных и второстепенных туристических объектов. При этом, несмотря на имеющийся туристический потенциал, привлекательность Ирана для иностранных туристов остается на невысоком уровне, что обусловлено негативным информационным фоном вокруг страны.

3. В структуре гостиничного бизнеса Ирана наблюдается существенный дисбаланс. Около 75% отелей страны можно отнести лишь к 1 или 2 уровню по количеству звезд. Еще больший дисбаланс наблюдается в структуре отелей-апартаментов страны (1 звезда – более 80%). При достаточно существенном росте количества приезжающих туристов за последние годы (более чем на 60% за 4 года), роста мест временного размещения за этот же период практически не наблюдается. Данная особенность в дальнейшем крайне негативно сказывается на развитии туристического бизнеса в Исламской Республике Иран. Также имеется существенная неравномерность в распределении основных мест временного проживания на территории Исламской Республики Иран. Около 80% дохода государство получает от мест временного проживания, расположенных лишь в пяти центральных провинциях. Наибольшее развитие в данном контексте получили северные побережья Ирана. Напротив, крайне слабо развиты в этом отношении и юго-восточные территории государства. Так, несмотря на благоприятные условия развития туризма в Южных районах Ирана, около 80% отелей расположено в северной и северо-западной частях государства. Похожая ситуация наблюдается в отношении гостевых домов. В то же время около 90% отелей-апартаментов и пансионатов также расположены в северной части Ирана.

4. Процесс развития имеющихся и строительства новых объектов и мест проживания не является причиной роста международных прибытий в Иран, но уровень развития

гостиничной инфраструктуры оказывает существенное влияние на результативность (доход и занятость) туристической отрасли.

5. Первоочередные меры по совершенствованию развития туристической и гостиничной отраслей в Исламской Республике Иран включают в себя мероприятия по облегчению вариантов для въезда туристов в страну и повышению уровня безопасности для приезжающих; законодательной поддержке и защиты владельцев отелей, в том числе через предоставление последним налоговых льгот; разработке подробных маркетинговых программ для различных сегментов гостиничного бизнеса Ирана; совершенствованию информационной поддержке гостиничного бизнеса через создание специализированных веб-сайтов и обучению персонала в соответствии с международными стандартами.

Реализация результатов проделанной работы

Основные результаты и методические разработки диссертационной работы использованы в учебных заведениях экономическо-географического направления при проведении лекционных, семинарских и практических занятий. Кроме того, разработанные методические и практические подходы могут быть использованы соответствующими организациям, занимающимися развитием туристического и гостиничного бизнеса, органами власти при обосновании проблем формирования и развития туристической и гостиничной отрасли.

Апробация и публикация результатов работы

Основные результаты диссертации обсуждались на научных семинарах географического факультета Таджикского государственного педагогического университета им. С.Айни, международных и республиканских научно-практических конференциях в 2010-2015 гг., в том числе:

- на II международном географическом симпозиуме GEOMED 2010 (2-5 июня 2010 года, Dokuz Eylul University, Анталия, Турция);

- на III Международной конференции «Urban Rehabilitation and Sustainability» (URES'10, 3-5 ноября 2010 года, University of Algarve, Фаро, Португалия);

– на III Глобальной конференции по экономической географии «Space, Economy and Environment» (28 июня - 2 июля 2011 года, Сеульский национальный университет, Сеул, Корея);

– на Международной научной конференции «Перспективы и факторы обеспечения устойчивого развития экономики» в Политехническом Институте Технического Университета Таджикистана (г. Худжанд, 20-21.04.2012 г.).

Основные положения, выводы и рекомендации диссертационной работы опубликованы в 8 статьях, в том числе 5 - в научных изданиях, входящих в список журналов ВАК при Минобрнауки Российской Федерации, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук. Общий объем опубликованных материалов составляет более 2,1 авторских печатных листа.

Изложенные в диссертации результаты получены лично автором или при его непосредственном участии. В работах, выполненных вместе с соавторами, вклад автора является определяющим.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3 глав основного текста, заключения, списка используемой литературы, приложений. Содержание работы изложено на 173 страницах компьютерного текста и включает 35 рисунков, 23 таблицы, 5 приложений. Список литературы состоит из 130 наименований.

II. СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы и описана степень ее разработанности, сформулированы цели, задачи, объект, предмет и методология исследования, отражены научная новизна, теоретическая и практическая ценность полученных результатов, приведены данные о реализации, апробации и публикациях результатов работы.

В первой главе «Теоретические аспекты взаимосвязи туристической деятельности и гостиничного бизнеса» производится систематизация основных понятий предметной области, рассматриваются сущность и содержание туристической индустрии, гостиничного бизнеса; их взаимосвязи и ретроспектива развития.

На основе краткого исторического экскурса, повествующего основные этапы и события в становлении туризма как вида деятельности и отдельной экономической отрасли, приводятся стандартизированные Всемирной туристской организацией (ВТО) при ООН определения таких понятий как туризм, турист, посетитель.

Определение 1. Туризм – это комплекс действий, проводимых человеком в процессе осуществления туристической поездки из своей привычной среды обитания. Данная поездка не длится более одного года и ее целью является развлечение, коммерция и другая деятельность.

Существует и определения туриста и однодневного посетителя, сформулированные той же организацией.

Определение 2. Турист – человек, проводящий минимум одну ночь в общем или специальном месте проживания, на территории совершения поездки.

Определение 3. Однодневный посетитель – человек, который уезжает к новому месту на срок до одного дня, но ночь там не проводит.

Несколько иное определение принято в отношении понятия посетитель.

Определение 4. Посетитель – это человек, переезжающий в иное место, по причине своей профессиональной деятельности, и находящийся там менее 12 месяцев. Получение дохода не является основной целью поездки данной категории путешественников.

Международная туристская организация не относит к туристам лиц, занимающихся торговлей, мигрантов, кочевников, транзитных путешественников, лиц из состава вооруженных сил, представителей дипломатических ведомств и беженцев.

Производится анализ функционирования туризма с точки зрения системного подхода, согласно которому туризм представляется как взаимосвязанная совокупность экономических факторов спроса и предложения (рисунок 1).

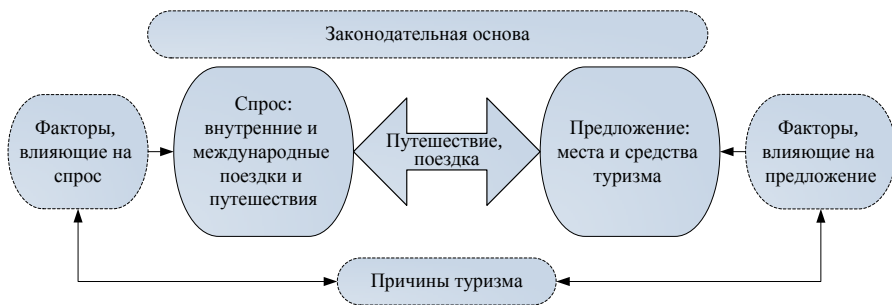


Рисунок 1 - Компоненты системы туризма

Видами услуг и сервиса, участвующих в области предложений туристической сферы, являются: гостиницы и сервисы по проживанию и приему гостей, рестораны и услуги по питанию, отдых в зонах отдыха и лагерях, тематические парки, информационные услуги, внутренние туры, короткие развлекательные поездки, осмотр достопримечательностей, шоппинг, спортивно-развлекательный сервис, транспортные услуги и т.д.

С другой стороны, большую роль в спросе играют факторы, которые влияют на выбор места путешествия или поездки. Такими факторами являются: социально-экономические условия, время, культура, мотивация, в общем, все факторы, формирующие процесс появления желания поездки у потенциальных туристов. Однако существует, по крайней мере, два фактора, оказывающих влияние на весь процесс формирования спроса и предложений в данной системе. Одним из таких факторов является правовое и государственное устройство. Другой фактор определяет наличие посредников в организации и проведении путешествий и поездок, каналов распространения туристических билетов. Посредники, как правило, и осуществляют связь между составляющей спроса – туристом и составляющей предложения – целью путешествия и туристическим сервисом. В состав туристических посредников входят люди или организации, которые осуществляют планирование в качестве представителей и осуществляют связь между клиентом и производителем туристической продукции и услуг. Составные части системы туризма можно разделить на

две части: спрос и предложение. Спрос включает в себя внутренние и международные рынки, а также местных жителей, которые используют туристическую привлекательность, услуги и сервис. В предложение входят достопримечательности и функционирование, жилые объекты и другие туристические возможности и услуги (таблица 1).

Таблица 1– Спрос и предложение в туризме

Факторы спроса	Факторы предложения
Международные рынки туризма	Привлекательность и активность
Внутренние рынки туризма	Жилые объекты
Использование местными жителями туристических привлекательностей, возможностей и сервиса	Транспорт и перевозка Другая инфраструктура Организационные элементы

Места гостиничного проживания получили свое распространение в результате развития сферы туризма в обоих направлениях - внутреннем и внешнем. Они появились в местах назначения туристических поездок с целью проведения свободного времени или осуществления коммерческих сделок.

На основе краткого исторического обзора появления и развития гостиничного бизнеса дается классификация мест временного проживания: отелей, мотелей, гостевых домов, курортов, ночлежек, гостиниц и т.д. и определяется их функциональная нагрузка (таблица 2).

Таблица 2 – Типы и функционал мест гостевого проживания

Тип места		Функция	
		Коммерческая	Проведение свободного времени
Места с сервисом	ОТЕЛЬ	*	*
	Курортный отель		*
	Образовательные учреждения	*	*
	ОТЕЛЬ при аэропортах	*	*
	Мотель	*	*
	Гостиница	*	*
	Пункт предоставления места и завтрака (B&B)		*
	ОТЕЛЬ-апартамент	*	*
Места без сервиса	Арендованные дома		*
	Временное жилье		*

	Кемпинг		*
	Шале		*
	Вилла		*
	Молодежные ночлежки		*

При пристальном рассмотрении мировых стран-лидеров в области туризма, наблюдается взаимосвязь уровня развития туристической отрасли и средств проживания. Успешное развитие туристической отрасли обуславливается грамотным развитием пяти основных ее компонентов: привлечения туристов (достопримечательности), средств проживания, транспортного компонента, обучение персонала по организации поездок и развитие услуг сопровождения, а также организация мест туризма.

Согласно существующему законодательству в Иране, официальные места гостевого проживания включают в себя гостиницы (отели), отели-апартаменты, гостинные дома, гостинные дворы, гостевые дворы для паломников, мотели, пансионаты, молодежные места проживания, туристические лагеря и туристско-развлекательные комплексы.

Все отели Ирана, в особенности 4 и 5-звездочные, имеют низкий уровень ежегодной занятости, ниже границы стандартов. Одной из важных причин такого положения дел является высокая стоимость строительства и содержания отелей, что выражается в высоких издержках, которые несут владельцы отелей. Другой причиной такого положения дел можно назвать сезонный характер туризма в стране. Влияние сезонных факторов на гостиничный бизнес существенно по причине отсутствия планирования и отсутствия программ поиска рынков, в периоды спада. Вследствие этого, наблюдается снижение уровня доходов отелей и несение ими убытков. Еще одной причиной снижения доходов отелей является чрезмерная зависимость получения дохода от проживания клиентов в отеле. Крайне ярко эта особенность проявляется в период туристического спада.

В ходе последующего ретроспективного анализа текущего состояния и концепций развития туризма и гостиничного дела в Иране рассмотрены содержания пяти планов развития

туристической инфраструктуры Ирана, охватывающие период с 1948 по 1976 гг. (до Исламской революции), а также пяти программ развития в новейший период (с 1989 по 2015 гг.). Показана преемственность и последовательность государственной политики Ирана по развитию туристической инфраструктуры страны, в том числе по созданию благоприятного инвестиционного климата для привлечения частного капитала в строительство объектов размещения туристов. В части развития гостиничной сферы в Иране были предусмотрены государственные планы территориального устройства. Каждый пятилетний план развития туристической отрасли Ирана имел свои особенности, продиктованные особенностями экономической ситуации в Иране в соответствующий момент времени.

Национальный план обустройства, который стал результатом сочетания долгосрочных стратегий развития, стратегий создания пространства, региональных политик, взглядов на землеустройство, а также первичных мер деятельности с национальными и региональными взглядами на территориальное устройство. На основе подготовленного национального плана, было проведено административно-территориальное деление Ирана на 30 провинций и определены приоритетные отрасли развития для каждой из провинций.

Несмотря на неблагоприятные политические и социальные условия, обращает внимание на некоторые фундаментальные аспекты планирования развития отрасли туризма, такие как необходимость развития внутреннего туризма, обеспечение социального благосостояния и развитие социального туризма. Согласно этому плану, перспективными потребностями является обеспечение нужд внутренних туристов, особенно, в крупных городах, таких как Тегеран и Мешхед. Но, к сожалению, этому не было уделено должного внимания и проблемы и недостатки инфраструктуры туризма в этих городах продолжают существовать.

Вторая глава «Ретроспективный анализ туристической и гостиничной отраслей Ирана» посвящена обобщению данных о туристическом потенциале, оценке общего состояния и географическому районированию объектов гостиничной

инфраструктуры, экономическому анализу функционирования туристической отрасли в ИРИ.

После перечисления основных природных и исторических достопримечательностей Ирана, важных с точки зрения развития международного туризма, приводится деление Ирана на семь туристических зон (таблица 3) и дается характеристика каждой из них.

Таблица 3 – Туристические регионы Ирана

Центр региона	Провинции региона	Регион
Тегеран	Мазандаран, Гулистан, Тегеран, Эльбурс, Семнан, Кум, Казвин, Центральный регион.	1 – Эльбурс
Тебриз	Гилян, Ардебиль, восточный Азербайджан, Зенджан	2 – Сабалан
Керманшах	Хамадан, западный Азербайджан, Курдистан, Керманшах, Илам, Луристан	3 – Заграс
Ахваз	Хузестан, Чехармехаль и Бахтиария	4 – Древняя столица
Шираз	Исфахан, Форс, Кохгилуйе и Бойерахмед, Бушир	5 – Сердце древностей Ирана
Керман	Йезд, Керман, Хормозган	6 – Южный караван
Мешхед	Хорасан (южный Резави и северный), Систан и Белуджистан.	7 – Район великого паломничества

Выполнен исторический обзор развития гостиничного дела в Иране, охватывающий период с XIII по конец XX века. В последнее двадцатилетие наблюдается значительное превышение темпов роста числа въезжающих (рисунок 2)¹. Приведены расчеты по соотношению количества туристов к последующим годам в динамике² (таблица 4).

В 2013 году Иран располагается после Саудовской Аравии и Объединенных Арабских Эмиратов. По прогнозам доход от туризма составит до 30 миллиардов долларов к 2025 году. По

¹http://www.iran.ru/news/economics/94406/K_2025_godu_chislennost_inostrannyh_turistov_poseshcha_yushchih_Iran_dostignet_20_mln_chelovek_v_god

² <http://vestikavkaza.ru/news/42920.html>

сравнению с 2014 годом доход от туризма значительно увеличивается.

Можно сделать вывод, что каждый год количество туристов, посещающих Иран увеличивается примерно на десять процентов.

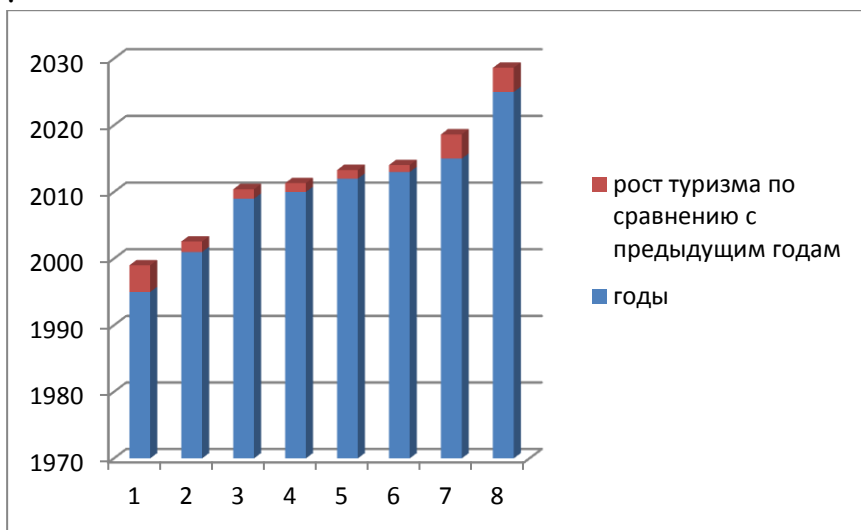


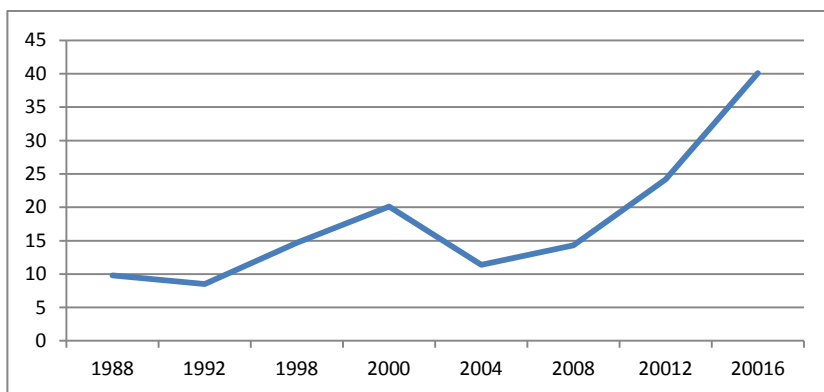
Рисунок 2 - Соотношение роста числа иностранных туристов
Анализ показал, что с 1995 года по 2014 год доход вырос со 160 млн. долларов до 12 млрд. Таким образом, рост дохода почти за двадцать лет составляет семьдесят пять раз.

Исследования показали, что с 2002 года по 2014 год доход вырос с 1,122 млрд. долларов до 12 млрд. Рост за этот период, то есть за двенадцать лет составляет почти двенадцать раз. Согласно, проведенным расчетам можно сделать вывод о том, что количество туристов, посетивших Иран, увеличивается в несколько раз. Например, в 2001 году по сравнению с 1995 годом количество туристов увеличилось за шесть лет в четыре раза, а последующем увеличение идет более медленными темпами, то есть увеличение колеблется от 1,03 до 1,8. Динамика показывает, что резкое увеличение количества туристов произойдет в перспективе, то есть почти в четыре раза.

Согласно последним отчётам Всемирной туристской организации при ООН, рост ВВП туристической отрасли Ирана в 2010 году составил 3,9%. Согласно этим же отчетам, до 2020 г. состояние иранского туризма столкнется с застоем, и эта цифра достигнет 3,8%. В 2016 году доходы, поступившие от въезжающих в Иран туристов составляли примерно 3,4 миллиарда долларов, что составляет 2,5 % от общего экспорта Ирана. Графически показана динамика роста ВВП в области туризма (рисунок 3).

Таблица 4. Динамика увеличения количества туристов³

Годы	количество туристов	соотн колич туристов к последующему году
1995	350000	4,006
2001	1402000	1,070
2002	1500000	1,467
2009	2200000	1,418
2010	3120000	1,282
2012	4000000	1,325
2013	5300000	0,943
2014	5000000	1,100
2015	5500000	3,636
2025	20000000	1,250
2026	25000000	



³ расчеты автора

Рисунок 3 - Динамика роста ВВП Ирана в сфере туризма
(млрд. долл.)

Как видно из рисунка 3, в период 1988-2002 гг. рост ВВП Ирана в сфере туризма был нестабилен. Стабильный рост наблюдается лишь с 2003 года. Статистика показывает, что повышение эффективности функционирования туристической отрасли способно существенно повысить эффективность экономики в целом. Согласно прогнозам Всемирной туристской организации ООН, к 2020 году, в туристической отрасли Ирана будет задействовано 726 тыс. человек, что на тот момент будет сравнимо с 2% от общего количества трудоспособного населения страны. В настоящее время в сфере туризма и гостеприимства Ирана занято 594 тысячи человек, или 2,7% занятого населения. При этом своим воздействием на экономику в целом иранский туризм обеспечивает 1,61 млн. рабочих мест, то есть 7,4% всей сферы занятости.

Данные по инфраструктуре туризма и сферы услуг, как правило, даются сильно устаревшие. По данным Центра статистики Ирана на 2005-2006 гг. общее количество мест размещения составило 60310 мест в 643 отелях и иных средствах размещения. В 2001-2002 гг. в стране насчитывалось 57661 место, хотя средств размещения было больше – 718. За период 1990-2005 гг. число турагентств и туроператоров в Иране выросло с 91 до 2500.

В последние годы также наблюдается увеличение средств, выделяемых на туристический сектор, но темпы роста туристов, въезжающих в страну, не соответствует адекватному увеличению средств. Это связано с тем, что влияние внешней пропаганды на иранских туристов является большим, чем влияние, оказываемое по привлечению иностранных туристов. Очевидно, что преодоление такой проблемы нуждается в широких культурных сдвигах, увеличении рекламных усилий с тем, чтобы обеспечить реальную картину Ирана и реализовать туристический потенциал страны.

В третьей главе «Состояние и перспективы развития туристической и гостиничной отраслей в Иране» производится статистико-информационное исследование взаимосвязи туристической и гостиничной отраслей в ИРИ, а также

разрабатываются научно-обоснованные предложения по совершенствованию гостиничного бизнеса.

В начале главы автором выдвигаются и статистически проверяются две гипотезы, основанные на результатах теоретического обзора предыдущих глав. Первая гипотеза гласит, что отсутствует существенное влияние развития гостиничного бизнеса на положение туристической отрасли рассматриваемого региона. Установление зависимости между количеством иностранных туристов и четырьмя показателями: средним потреблением, производительностью, прибавочной стоимостью и инвестиционной активностью в пунктах общего проживания с помощью коэффициента корреляции Пирсона показало, что данная гипотеза не подтверждается (рисунок 4).

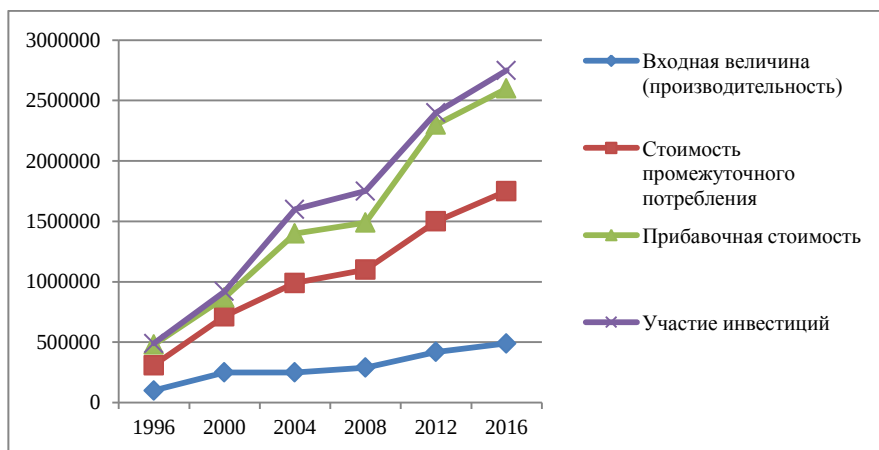


Рисунок 4 - Экономические показатели положения пунктов общего проживания (млн. реалов)

Результаты показали, что существует непосредственная и положительная корреляция между количеством иностранных туристов и тремя экономическими показателями пунктов общего проживания: показателем среднего потребления, выходной величиной (производительностью) и прибавочной стоимостью. Но учитывая малую зависимость между количеством иностранных туристов и инвестиционной активностью, развитие объектов проживания не является причиной развития

иностранного туризма. Таким образом, первая гипотеза данного исследования не подтвердилась.

Вторая гипотеза исследования предполагала, что количество предоставляемых в гостиничной сфере услуг влияет на их качество. Для проверки данного предположения было выполнено классификационное дифференцирование официальных пунктов проживания в Иране (рисунок 5).

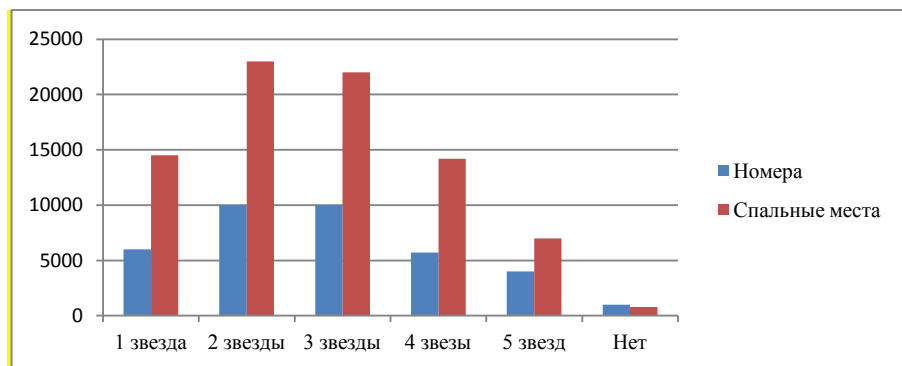


Рисунок 5 - Распределение классов номеров и спальных мест в отелях страны на 2013 год

Сравнение самых высоких и самых низких показателей характеристик для «номеров» и «спальных мест» гостиниц двух категорий - высокого качества (отели с 4 и 5 звездами) и низкого качества (отели с 1, 2 и 3 звездами) посредством статистического теста Манна-Уитни показало, что объем предоставляемых в гостиничной сфере услуг влияет на качество этих услуг.

В заключение главы были выработаны некоторые научно-обоснованные предложения по совершенствованию гостиничной отрасли Ирана в контексте развития туристической индустрии.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам диссертационной работы автор пришел к выводам, что:

1. Несмотря на ускоренное развитие индустрии туризма в мире и наличие существенного туристско-рекреационного потенциала у Ирана, имеющиеся статистические данные говорят

о низкой эффективности государственной политики государства в этой области.

2. В результате статистической проверки гипотез исследования установлено, что, во-первых, развитие объектов проживания не является причиной развития иностранного туризма в Иране, а во-вторых, имеется существенное влияние гостиничного бизнеса на результаты развития туристической отрасли.

3. Географическое положение, природно-климатические, ландшафтные характеристики, биоразнообразие флоры и фауны Ирана выделяют это государство среди прочих стран региона по высокому уровню туристско-рекреационного потенциала.

4. Многовековое стратегическое значение Исламской Республики Иран обусловило наличие на территории государства историко-культурного потенциала в виде значительного числа достопримечательностей, памятников. Историческое наследие Ирана бережно оберегается и сохраняется, обрастает необходимой инфраструктурой, что делает его привлекательным для туризма.

5. В структуре гостиничного бизнеса наблюдается существенный дисбаланс. Около 75% отелей, расположенных на территории Ирана можно отнести лишь к 1 или 2 уровню по количеству звезд. Еще больший дисбаланс наблюдается в структуре отелей-апартаментов страны (1 звезда – более 80%).

6. При достаточно существенном росте количества приезжающих туристов за последние годы (более чем на 60% за 4 года), роста мест временного размещения за этот же период практически не наблюдается. Данная особенность в дальнейшем крайне негативно скажется на развитии туристического бизнеса в Исламской Республике Иран.

7. Имеется существенная неравномерность в распределении основных мест временного проживания на территории Исламской Республики Иран. Около 80% дохода государство получает от мест временного проживания, расположенных лишь в пяти центральных провинциях.

8. Наибольшее развитие, с точки зрения мест временного проживания туристов, получили северные побережья Ирана. Крайне слабо развиты в этом отношении и юго-восточные

территории государства. Так, несмотря на благоприятные условия развития туризма в Южных районах Ирана, около 80% отелей расположено в северной и северо-западной частях государства. Похожая ситуация наблюдается в отношении гостевых домов. В то же время около 90% отелей-апартаментов и пансионатов также расположены в северной части Ирана.

9. Отсутствие свободного доступа к информации, связанной с туристической и гостиничной отраслью не позволяет сделать полностью достоверных выводов о реальном положении вещей в иранской экономике.

Между тем, были разработаны научно-обоснованные предложения по совершенствованию взаимосвязи туристической и гостиничной отраслей в Исламской Республике Иран.

Предложения

1. Отрасль гостиничного бизнеса нуждается в наличии ряда важных факторов для собственного развития и процветания. Одними из них являются инвестирование в эту отрасль необходимых средств, а также наличие приезжих и клиентуры, которые являются вторым по значению фактором. Без наличия туристов продолжение деятельности в направлении гостиничного бизнеса, а особенно в области туризма, не имеет никакого смысла. После Исламской революции к сфере туризма относились неправильно. Ее не рассматривали в качестве отрасли необходимой для страны, особенно в контексте составляющей экономической структуры. Сфера туризма считалась предметом роскоши и шика. Малое внимание к туристической сфере отразилось застоем в отрасли гостиничного бизнеса. Имея рост количества мест для проживания по всей стране, все это количество является низко комфортабельным. Имеется большое количество недостатков в отелях, особенно отелях высокого уровня. Отсутствие качественной поддержки и защиты со стороны соответствующих органов данной сферы привело к тупику и застою.

2. Имея тысячи спальных мест и мест для проживания туристов, в период пика туристического бума только половина из них заняты туристами. Причиной такого положения является стоимость проживания в отелях, которая для большинства людей иранского общества является высокой, и люди со

средним или низким достатком предпочитают не тратить большое количество денег на проживание. В связи с этим, внутренние туристы мало пользуются услугами гостиниц, таких как отели или отели-апартаменты. Также в последнее время отмечается отрицательная тенденция в направлении приезда в страну иностранных туристов.

3. В дополнение к сказанному стоит отметить, что в гостиничном бизнесе Ирана необходимо обратить внимание на высокий уровень обращения с клиентами. В области гостиничного бизнеса существует также проблемы определения перспектив, поскольку владельцы гостиниц являются сторонниками индустриализации, которая существует в этой области. Это выражается в том, что некоторые владельцы отелей видят перспективу в ориентации на клиента, а другие – в производстве продукции. Это означает, что некоторые из владельцев отелей полагают, что необходимо производить товары, а потом за ними приедут клиенты. Однако точка зрения владельцев отелей, ориентированных на клиентов, такова, что сначала необходимо изучить клиента, а потом, в соответствии с его потребностями и предпочтениями, производить товары, чтобы привлечь ими клиента.

4. Отрасль туризма имеет очень тесные связи с политическим, экономическим и социальным положением в стране и положением в сфере безопасности. Она очень сильно подвержена влиянию со стороны этих факторов. Наличие безопасности и политической стабильности в стране является причиной стабильности и возрастающего развития области туризма и вместе с ней гостиничного бизнеса. Создание облегченных вариантов для въезда туристов в страну само по себе сможет способствовать развитию туризма в стране.

5. Законодательная поддержка и защита владельцев отелей необходима для создания стимулирования инвестирования. Наличие льгот и кредитов с низким и разумным процентом сможет вывести страну на конкурентоспособный уровень с другими странами в привлечении туристов. Финансовые освобождения и устранение других сложностей, которые различными способами влияют на туризм, позволит добиться эффективности в данном направлении.

6. Гостиничный бизнес Ирана нуждается в создании подробной маркетинговой программы, особенно для различных секторов.

7. В сфере гостиничного бизнеса Ирана не осуществляется обмен информации на знание. Отели должны анализировать полученную от клиентов информацию и использовать ее для формирования тактики и стратегии, политики отеля.

8. Иранские веб-сайты имеют очень слабые возможности. Невозможность оплаты онлайн, слабые базы данных, отсутствие возможностей установления долгосрочных связей с клиентами. Недостаточный учет особой специфики и пожеланий постоянных клиентов отеля, отсутствие специальных функций для клиентов и отсутствие возможности использовать системы обратной связи, таких как онлайн голосование на веб-сайте. А также другие трудности, которые необходимо принять во внимание отелям.

9. Обучение администраторов и сотрудников отелей Ирана. В направлении улучшения долгосрочных связей с клиентами: персонал и сотрудники отеля, например, из таких отраслей, которые повлияют на улучшение взаимодействия с клиентами отеля. Предположительно, после физического подтверждения этих возможностей, отели смогут иметь прочную базу клиентов.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ:

Публикации в изданиях из перечня ВАК Минобрнауки России:

1. *Сима Хеммати Мирзаага*. Трудности экотуризма в Иране (на тадж.) / К. Нохид, Х. Симо // Вестник педагогического университета (Таджикистан). - 2013. - № 5 (54). - С. 180-184.

2. *Сима Хеммати Мирзаага*. Научно-методическая основа рынка туристических услуг Ирана / Л. Хайдар, Х. Симо // Вестник педагогического университета (Таджикистан). - 2013. - № 5 (54). - С. 190-195.

3. *Сима Хеммати Мирзаага*. Экономический анализ функционирования туристической отрасли в ИРИ (Исламская Республика Иран)/Х. Симо, А. Джераев//Вестник педагогичес-

кого университета (Таджикистан). - 2013. - № 5 (54). - С. 205-210.

4. *Сима Хеммати Мирзаага*. Научно-методологическая основа исследования туристической деятельности Ирана / Х. Симо // Вестник педагогического университета (Таджикистан). - 2014. - № 2 (57). - С. 320-323.

5. *Сима Хеммати Мирзаага*. Функционирование системы туризма в Иране /Х. Симо//Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - 2014. - № 2-7 (147). - С. 221-226.

Прочие публикации:

1. *Сима Хеммати Мирзаага*. Развитие экотуризма в Симноне. /Международная конференция, посвященная мировому туризму. Малайзия, 2010. – 30 с.

2. *Сима Хеммати Мирзаага*. Бизнес и туризм. /Вторая международная конференция «Предпринимательство в туризме». Турция, 2011, - 25 с.

3. *Сима Хеммати Мирзаага*. Влияние климатических условий на окружающую среду. /Первая международная конференция «Туризм и оказание туристических услуг в Кише». –Киш, 2013. – 18 с.

4. *Сима Хеммати Мирзаага*. Туризм и экономическое развитие Ирана./Вторая международная географическая конференция. –Турция (Стамбул), 2014, - 18 с.

5. *Сима Хеммати Мирзаага*. Влияние уровня воды в Каспийском море на берега г.Джуйбор (Мозандаран) /Международная конференция, посвященная водным ресурсам в Иране. –Шираз, 2015. – 30 с.

6. *Сима Хеммати Мирзаага*. Тестовые задания по географии (для студентов географического факультета). – Симнон, 2015. Изд. Министерства образования и культуры ИРИ. – 304 с.

7. *Сима Хеммати Мирзаага*. Использование земельных ресурсов для градостроительства. Изд. «ИЗРИ», Тегеран, 2015. – 140 с.

8. *Сима Хеммати Мирзаага*. Перспективы развития туризма в Иране. Изд. «Географическое общество». Тегеран, 2016. – 189 с.

9. Hemmati, S. An Effective Pattern for Sustainable Development of Rural Tourism:(A Case Study: Kandovan) / H. Lotfi, S. Hemmati, R. Pourali // Iranian Journal of Tourism & Hospitality. - 2010. - Vol 1, No 1. - pp. 105-116.

10. Hemmati, S. An analysis on role of tourism service in the strategic development plans of Iran / S. Hemmati // Journal of American Science. - 2012. - 8(11). - pp. 277-282.

11. Hemmati, S. Evaluation of the impact of hospitality on tourism development with emphasis on Iran / S. Hemmati // Life Science Journal. - 2012. - 9(3). - pp. 2660-2666.

Подписано в печать: 5.03.2017 г.