

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА В СТРАНАХ
АФРИКИ (НА ПРИМЕРЕ МАЛИ)**
Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 43.04.02 Туризм
магистерская программа Организация и управление
туристским бизнесом
очной формы обучения, группы 09001736
Камера Бурама

Научный руководитель:
к.э.н., доцент Вишневская Е.В.

БЕЛГОРОД 2019

Содержание

Введение.....	7
1. Предпосылки и история развития туристического сектора Мали.....	10
1.1. Экономико-географическая характеристика Мали.....	10
1.2. История культурной аутентификации Мали.....	17
1.3 Законодательное регулирования туристической отрасли в Мали.....	23
2. Анализ развития туризма на территории Мали.....	27
2.1. Факторы туристской привлекательности и оценка туристско- рекреационного потенциала Мали.....	27
2.2. Динамика основных показателей развития туризма и туристской инфраструктуры в Мали.....	32
2.3. Характеристика туристских потоков в Мали и сегментация туристского рынка.....	51
3. Разработка стратегии развития туристического сектора Ма- ли.....	58
3.1 Формирование современного туристического продукта.....	58
3.2. Стратегические приоритеты развития инфраструктуры туризма в Мали.....	71
Заключение.....	76
Список использованных источников.....	
Приложения.....	

Введение

В современном мире можно считать индустрию туризма одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. Международный туризм приобретает все более яркий характер и существенно влияет на экономическую, социальную и культурную сферы Мали. В последние годы все больше туристов привлекает африканский континент

Туризм в Мали является слаборазвитым сектором экономики, который в последние годы активно развивается. Импульс к развитию туризма в Мали дало проведение в стране Кубка африканских наций в 2002 году. В рамках подготовки к этому турниру, правительство реализовало программу под названием «Мали 2002», которая позитивно сказалась на развитии туризма

Мали богат историческим, культурным и природным наследием. Страна предлагает возможности для культурного отдыха и культурного опыта. Несколько туристических объектов Мали включены в список объектов всемирного наследия Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), таких как страна Догонов и города Гао, Дженне и Тимбукту. Потенциал экотуризма включает в себя, в частности, лес гор Мандинго, плато Кенедугу, реку Нигер, природные заповедники и национальные парки, ландшафты Дуэнца (запас слонов), Хомбори, Кайес, Секу и Сикассо. Туризм способствует созданию рабочих мест, увеличивает национального дохода и может улучшить платежный баланс. Сектор туризма является важным двигателем роста и процветания и может выполнять ведущую роль в сокращении масштабов нищеты в таких развивающихся странах, как Мали.

Отметим, что сектор туризма сталкивается со многими проблемами, которые препятствуют его конкурентоспособности в международный уровень. Вызовы включают: низкий уровень и качество транспортной и коммуникационной инфраструктуры, связанной с туризмом, неадекватность качество объектов размещения и низкая квалификация персонала которые фор-

мируют сектор туризма.

Хотя секторальный баланс в основном основан на фактах, целях и руководящие принципы выражают видение будущего. Предложение, вытекающее из баланса и намерения правительства, были представлены заинтересованным сторонам туризма 25 и 28 июля 2012 года.

Выполнение целенаправленных структурных реформ и инвестиционных реформ должны позволить CSCRП значительно сократить зарегистрированные слабые места ДССБ: низкий контроль над ростом населения, неадекватный роста экономики Мали в связи с недостатками и задержками в плохой доступ к основным услугам. Среди четырнадцати приоритетных областей вмешательства, выбранных CSCRП, туризм рассматривается как одна из областей сектора товаров и услуг, при этом торговля, ремесла и культура, которые могут создать богатство для Мали, создать рабочих мест, в частности путем создания МСП и МСИ, и увеличить общественности. Он считается одним из самых безопасных секторов для борьбы с бедности, поскольку она затрагивает все отрасли экономики.

Под влиянием процессов глобализации эти страны, в том числе Республика Мали, все активнее вовлекаются в международный туризм, что отражается в конечном итоге на отраслевой и территориальной структуре ее хозяйственной деятельности, уровне урбанизации и характере социального развития. Для полиэтнических стран, к которым относится Мали, данное обстоятельство имеет важное значение.

В качестве объекта исследования выступает международный туризм в Республике Мали.

Предметом исследования являются предпосылки и организационно-экономические механизмы развития международного туризма в Республике Мали.

Целью исследования является исследование и научное обоснование теоретико-методологических основ формирования концепции развития международного туризма на территории Республики Мали.

В соответствии с поставленной целью в работе решались следующие задачи:

- изучить историю развития туристического сектора Мали;
- рассмотреть историю культурной аутентификации Мали;
- проанализировать законодательное регулирование туристической отрасли в Мали;
- проанализировать развитие туризма на территории Мали;
- изучить факторы туристской привлекательности и оценка туристско-рекреационного потенциала Мали;
- оценить динамику основных показателей развития туризма и туристской инфраструктуры в Мали;
- дать характеристику туристских потоков в Мали и сегментации туристского рынка;
- разработать концепцию развития туристического сектора Мали;
- определить стратегические приоритеты развития инфраструктуры туризма в Мали.

Информационной базой: работы являются статистические материалы международных, а также региональных организаций, справочно-статистические издания Республики Мали, монографии, журналы и статьи, посвященные исследованиям в области развития международного в странах Африки в целом и Республики Мали в частности.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили научные труды российских ученых: Э. Б. Алаева, А. А. Анохина, В. Р. Арсеньева, С. И. Брука, Ю. Н. Гладкого, В. А. Пуляркина и др.

Среди малийских авторов, следует назвать Sanankoua B., Diakite M., Diarra S. et Cisse P., N'Diaye B., Mahalmoudou H., Traore A. D., Kamian B., Kouyate S. B. и др.

В работе также были использованы труды французских и франкоязычных исследователей: Beguin H., Beslay F., Bluzet R., Boilley P., Bourgeot A., Brasseur G., Chabas B., Montory и Louis P., Christophe D., Dieterlen G., Dubois

M., Gallais Pierre G., Vennetier P., Zahan D., Bourgeot A., Ganay S. посвященные вопросам ТЗА, экономики, этническим, демографическим, социально-территориальным проблемам географии, истории и культуры Республики Мали в целом, и её районов в частности.

Для решения поставленных в работе задач использовались следующие методы исследования: системный подход, метод сравнительного анализа, логическое моделирование.

Научная новизна исследования состоит в обосновании теоретико-методологических основ формирования концепции развития туристического сектора Мали и определении стратегических приоритетов развития инфраструктуры туризма в Мали.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

- проведен анализ законодательного регулирования туристической отрасли в Мали;
- выделены факторы туристской привлекательности и проведена оценка туристско-рекреационного потенциала Мали;
- дана оценка динамики основных показателей развития туризма и туристской инфраструктуры в Мали;
- разработана концепцию развития туристического сектора Мали.

Теоретическая значимость результатов исследования обусловлена вкладом автора в разработку теоретико-методологических основ формирования концепции развития туристического сектора Мали и определении стратегических приоритетов развития инфраструктуры туризма в Мали.

Основные научные положения, методические рекомендации и практические результаты диссертации докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений. В работе страниц 89 основного текста, 17 таблиц, 12 рисунков. Список использованных источников включает 94 наименования.

1. Предпосылки и история развития туристического сектора Мали

1.1. Экономико-географическая характеристика Мали

Расположенный в самом сердце Западной Африки, Мали занимает площадь в 1 241 000 км². Он разделяет границы с 7 государствами, общей площадью 7 000 км общих границ с соседями. На страну влияют три климатические зоны с севера на юг, которые предлагают несколько разновидностей ландшафтов. Первая зона имеет тип Сахары с некоторыми осадками. Второй - сахелиан с степной зоной и сезон дождей с июня по сентябрь. Третий - суданский (или Суданом-гвинейский) с зоной саванны и пять месяцев сезона дождей, с июня по октябрь. Две основные реки, Сенегал и Нигер, пересекают страну.

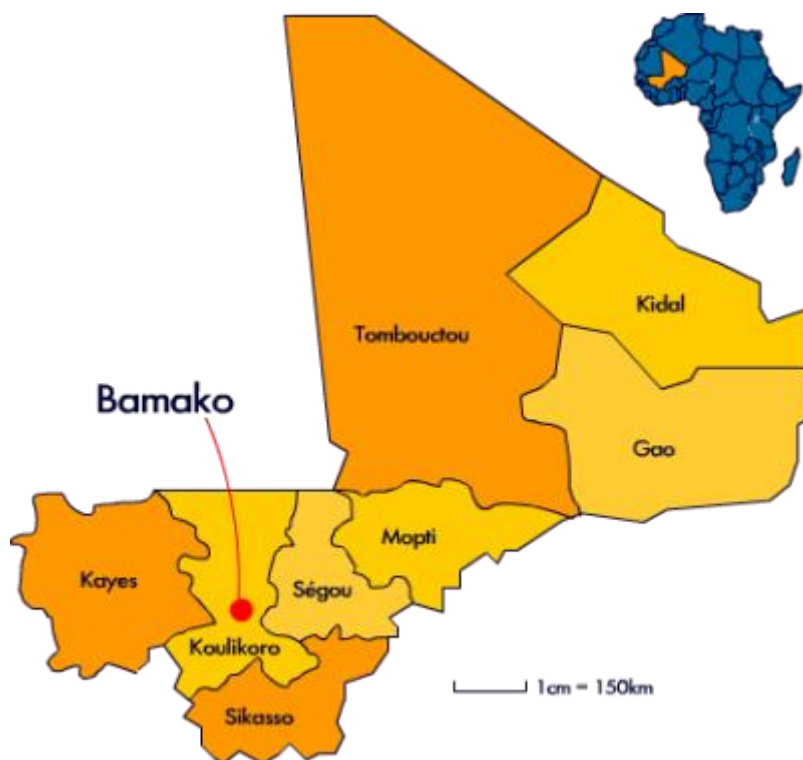


Рис 1.1. Карта Мали

Мали, не имеющая выхода к морю, является страной с не имеющей выхода к морю страной, которая по-прежнему в значительной степени является сельским хозяйством, является одной из 49 наименее развитых стран с точки зрения социально-экономического развития.

Территория Мали преимущественно равнинная (200-300 м над уровнем

моря); на севере равнины расположены каменистые пустыни Западной и Центральной Сахары. С юга равнину местами окаймляют плато и горные массивы (Хомбори с высшей точкой 1155 м, Мандинг, Кенедугу, Догон, Гандамия), на северо-востоке – горы Адрар-Ифорас.

Климат тропический континентальный, на юге страны – субэкваториальный. Среднемесячные температуры – от 20 до 35°C. Осадков от 50-150 мм в год на севере до 1500 мм на юге. С января по июнь часто дует северо-восточный ветер «харматан», вызывающий пыльные бури. С июля по октябрь (ноябрь) – сезон дождей.

На севере 65% территории занимает пустыня (Сахара), южнее она сменяется полупустыней и опустыненными саваннами (Сахель), а ещё далее к югу – типичными и высокотравными саванами.

Главные водные артерии – реки Нигер и Сенегал. Протяжённость водных транспортных путей – 1815 км.

Железнодорожная сеть включает 729 км путей. Длина автодорог – 15,1 тыс.км, из которых 1827 км – с твёрдым покрытием (2004). Имеется 27 аэропортов, в том числе семь – современного класса.

Численность населения Мали состоит из этнических групп, основными из которых являются бамбара, Бобо, бозо, догонов, то Касонке, то малинке, то Миньяка, Фулани, сенуфо Сонинке (или Сараколес), сонраев, туарегов, тукулеров. Французский язык является официальным языком, но большинство людей говорят на национальных языках, причем бамбара является наиболее широко используемым.

После вторжения Франции в 1883 году Мали стала французской колонией под именем французский Судан. 4 апреля 1959 года Сенегал и Судан объединились, чтобы сформировать Федерацию Мали, которая обрела независимость 20 июня 1960 года. Спустя два месяца Сенегал вышел из федерации и провозгласил свою независимость. 22 сентября 1960 года Судан провозгласил свою независимость под руководством Модибо Кейты, сохранив при этом имя Мали

Мали когда-то была частью трех знаменитых западноафриканских империй, которые контролировали торговлю сахарами в торговле золотом, солью, рабами и другими ценными товарами. Эти сахелианские королевства не имели ни жестких геополитических границ, ни жестких этнических идентичностей. Самая ранняя из этих империй была Империей Ганы, в которой доминировал Сонинке, человек, говорящий в Манде. Империя распространилась по всей Западной Африке с 8-го века до 1078 года, когда она была завоевана Альморавидами.

Малийская империя позже сформировалась на верхней реке Нигер и достигла высоты власти в 14 веке. В Малийской империи древние города Дженне и Тимбукту были центрами торгового и исламского обучения. Империя позже отказалась от внутренней интриги, в конечном счете, вытесненной Империей Сонгай. Люди Сонгаи возникли в нынешней северо-западной Нигерии. Сонгай долгое время был главной державой в Западной Африке, подчиненной правительству Малийской империи.

В конце 14 века Сонгай постепенно обрел независимость от Малийской империи и расширился, в конечном счете, охватив всю восточную часть Малийской империи. Окончательный крах Империи Сонгай был в значительной степени результатом нашествия марокканцев в 1591 году под командованием Идура Паши. Падение Империи Сонгай ознаменовало конец роли региона как торгового перекрестка. После установления морских маршрутов европейскими державами, торговые пути между сахарами потеряли значение.

Один из худших голодов в зарегистрированной истории региона произошел в 18 веке. По словам Джона Ильифа, «худшие кризисы произошли в 1680-х годах, когда голод распространился с побережья Сенегаб и на Верхний Нил, и «многие продавали себя за рабов, только чтобы получить пропитание», и особенно в 1738-56 годах, когда Западная Африка как сообщается, убил половину населения Тимбукту».

Хлопок обрабатывается в Нионо в тюки на 180 кг (400 фунтов) для экспорта в другие районы Африки и во Францию, с. 1950

Мали попала под контроль Франции в конце 19 века. К 1905 году большая часть территории находилась под твердым французским контролем в составе французского Судана. В начале 1959 года французский Судан (который сменил название на Суданскую Республику) и Сенегал объединился, чтобы стать Малийской Федерацией. Малийская федерация получила независимость от Франции 20 июня 1960 года.

Сенегал отказался от федерации в августе 1960 года, что позволило Суданской Республике стать независимой Республикой Мали 22 сентября 1960 года. Модибо Кейта был избран первым президентом. Кейта быстро создал однопартийное государство, принял независимую африканскую и социалистическую ориентацию с тесными связями с Востоком и осуществил широкую национализацию экономических ресурсов. В 1960 году население Мали составляло около 4,1 млн. Человек.

Мали является не имеющей выхода к морю страной в Западной Африке от 10 до 25 градусов северной широты и между 4 градусами восточной долготы и 12 градусами западной долготы и занимает площадь в 1 241 238 квадратных километров. Он имеет 7 420 км границ с семью приграничными странами: Алжир на севере, Нигер и Буркина-Фасо на востоке, Кот-д'Ивуар, Гвинея на юге, Мавритания и Сенегал на западе.

Бывшая французская колония французского Судана, Мали стала независимой 22 сентября 1960 года после распада Малийской Федерации, перегруппировавшей Сенегал и Суданскую Республику. Его девизом является «народ, цель, вера», а его флаг состоит из трех вертикальных зеленых, желтых и красных полос.

Мали – это мягко скалолазанная страна, высота которой обычно составляет от 250 до 500 метров. Четыре основных группы составляют рельеф: Судано-сахелианский песчаника плоскогорья (мандно плато, Бандиагар скалы и Хомборите), холмы и судано-Сахелианские равнины, Внутренняя Дельта Нигер и горный массив из Адрар Ифора с эргами и высоты.

Плато Мандинка простирается с севера от реки Нигер до границы с Сенегалом и поднимается до 800 метров. Плато Кучалла простирается с юга от верхней реки Нигера до границы Буркина-Фасо. Он достигает кульминации на утесе Бандиагара на высоте 791 метр. На восток он простирается на несколько остаточных насыпей, включая гору Хомбори, самую высокую точку в Мали на высоте 1155 метров.

Частично песчаные равнины Ходжа, между 260 и 320 м над уровнем моря, простираются к северу от плато Мандинка на границе Мавритании.

Дельта Внутреннего Нигера - обширная аллювиальная равнина при слиянии реки Нигер и Бани.

Адрар-де-Иторас является продолжением кристаллических массивов центральной Сахары. Он поднимается до 890 метров над уровнем моря Сахара занимает важную часть территории Мали.

Основу экономики в настоящее время составляет сельское хозяйство. В сельскохозяйственном производстве занято 70% трудоспособного населения. Темпы развития сельского хозяйства низкие из-за архаичных методов его ведения и сохраняющихся традиционных социально-экономических отношений. Вклад аграрного сектора в ВВП в 2006 г. – 37%. Главные экспортные культуры: арахис (Мали – один из главных африканских экспортёров арахиса) и хлопок. Выращивают также тропические фрукты, апельсины, овощи, кукурузу, зерновые (пшеница, рис, просо, фоньо, сорго), сахарный тростник, маниок, ямс, кенаф, табак, чай. Ущерб урожаю наносят частые засухи, а также нашествия саранчи. Мали – одна из крупнейших скотоводческих стран Западной Африки; здесь разводят крупный рогатый скот, коз, верблюдов, овец, свиней, ослов, лошадей (85% поголовья экспортируется).

Доля промышленности в ВВП – 24%. Кроме горнодобывающей, развиты отрасли, ориентированные на переработку сельскохозяйственного сырья

(пищевая, табачная, лёгкая, текстильная, кожевенная); имеются предприятия по производству химической, электромеханической продукции, стройматериалов, сельхозинвентаря.

Главное полезное ископаемое Мали – это золото. Подсчитаны запасы железных руд, свинца и цинка, марганца, фосфора, но они незначительны. Выявлены ресурсы алмазов, бокситов, олова. Имеются также залежи каолина, каменной соли, гипса, лигнита, битуминозных сланцев, известняка, мрамора, проявления сподумена (литий). Ведётся добыча золота (к 2000 г. страна заняла по добыче золота третье место на континенте после ЮАР и Ганы), фосфоритов (рис. 1.2).

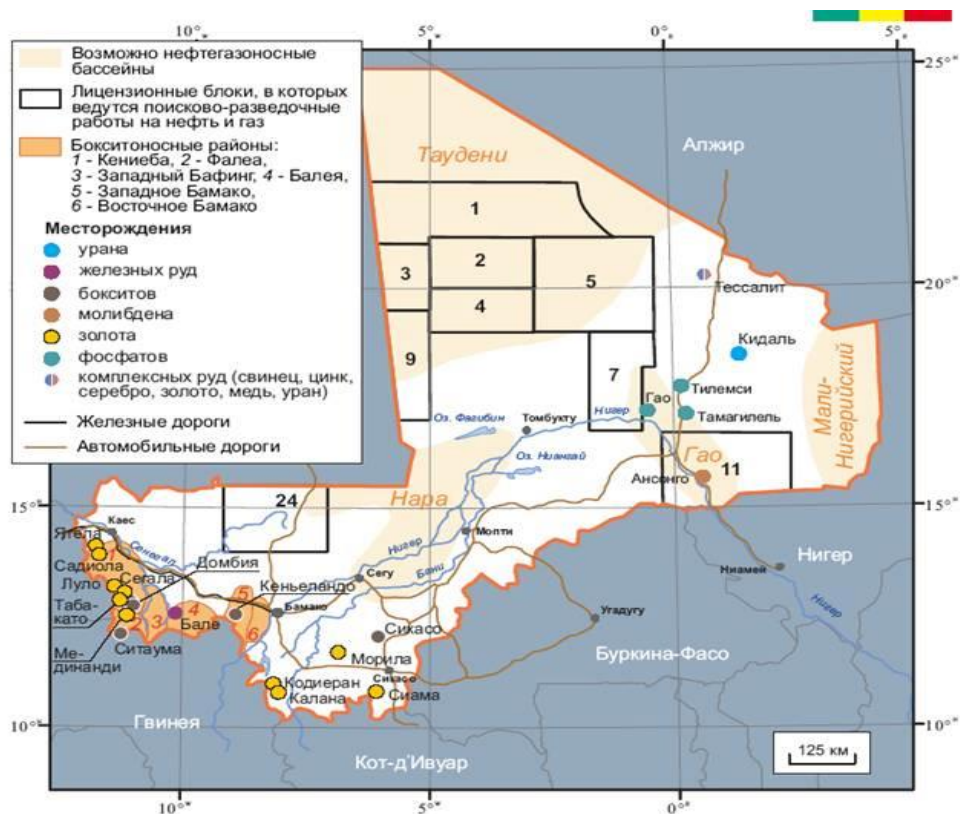


Рис. 1.2. Схема размещения основных полезных ископаемых Мали

Как видно из представленного рисунка 1.2, по состоянию на конец 2016 г. ресурсы (без запасов) золота Мали оцениваются нами примерно в 0.6-0.8 тыс.т. Основная доля их приходится на два рудных района: пояс Фалеме по западной границе страны (совпадающий с бассейном одноименной реки) и

рудно-россыпной район Багое на юге страны (бассейн р. Багое).

Запасы всех категорий (общие запасы) золота в Мали на конец 2006 г. составляли 690 т; это примерно 0,6% мировых запасов. Они включают запасы высоких категорий (подтверждённые запасы, аналогичные российским категориям В и С1). В запасы высоких категорий входят подготовленные к отработке запасы категорий proven (в России для золоторудных месторождений – категории В+С1) и probable (С1), а также запасы разведываемых месторождений и разведываемых участков рудников категории measured (по «густоте», плотности разведочной сети, соответствующие российской категории С1). Подтверждённые запасы золота в Мали на конец 2006 г. составляли 420 т.

По запасам золота Мали в настоящее время находится на четвёртом месте в Африке (после ЮАР, Ганы и Танзании). Основные крупные месторождения страны: Морила, Ятела, Сиама, Кодьеран и др. – принадлежат к экономически важному геолого-промышленному типу золоторудных месторождений в углеродистых породах песчанико-сланцевых формаций. Вмещает месторождения мощнейшая толща нижнебирримских пород (PR11), смятая в крутые складки главным образом север-северо-восточного простирания. Ещё одно крупное месторождение – Садиола характеризуется развитием рудных тел в трещинах зоны разлома, пересекающего протяжённое тектонически деформированное дайкообразное тело диоритовых порфиритов раннепротерозойского возраста и вмещающие его песчаники и сланцы; исходя из этого месторождение отнесено к геолого-промышленному типу золоторудных объектов в хрупких геологических образованиях.

Основные месторождения золота Мали представлены в приложении 1.

Кроме того, в стране известны россыпные месторождения золота, которые слабо разведаны, кроме небольшого рудно-россыпного узла Калана в верховьях р. Бале. Россыпи относятся к пойменному и террасовому типам.

Для остальных россыпей в районе Кангаба (р. Нигер и ее северные притоки) и в среднем течении р. Багое оценены только ресурсы золота, соответствующие по разведанности категориям *inferred*. Многие из россыпей вообще не разведывались. Максимальные ресурсы отдельных наиболее протяжённых россыпей только приближаются к 1000 кг, обычно составляя несколько сотен килограмм при содержании золота 1-3 г/куб.м. Местные артели и старатели-одиночки предпочитают обрабатывать кустарными методами более богатые мелкие россыпи (ложкового типа) в верховьях ручьев и мелких рек.

Наиболее крупные золоторудные месторождения принадлежат южноафриканским компаниям, в том числе транснациональной компании AngloGold Ashanti, традиционно занимающей первое-второе место в мире среди компаний, занимающихся добычей золота. На долю компаний ЮАР (AngloGold Ashanti, RandGold Resources и Lamgold Corp.) приходится более 3/4 подтверждённых запасов и более 90% золота, извлекаемого в стране.

Также Мали на сегодняшний день – одна из самых перспективных для поисков урана стран Африки. Перспективы обусловлены общностью геологического строения территории Мали с обширным районом соседнего Нигера, где расположены крупные урановорудные месторождения.

Достоверных сведений о запасах урановых руд Мали нет. По некоторым данным, прогнозные ресурсы урана оцениваются в 100 тыс.т U_{3O₈} при среднем содержании урана в рудах 0,085%.

На северо-востоке страны, в районе горного массива Адрар-Ифарас, в области распространения архейско-протерозойских метаморфических пород, к западу от разрабатываемого в соседнем Нигере урановорудного района Тим-Мерсуа (Tim Mersoï) известны урановорудные месторождения Кидаль и Тесалит (незначительный объем информации позволяет называть эти объекты месторождениями с долей условности). Прогнозные ресурсы урана

каждого из этих объектов оценены в 8,5 тыс. т. В районе Адрар-Ифарас выявлено ещё несколько ураноносных участков, по геологическому строению подобных месторождениям Кидаль и Тесалит. Около 80% электроэнергии вырабатывают гидроэлектростанции на р.р.Нигер (ГЭС Сотуба), Сенегал (Фелу) и Санкарани (Селинге). В энергобалансе Мали заметное место занимают древесина и древесный уголь. Остро стоит проблема электрификации страны.

Мали разделена на четыре климатические области, которые попадают биоклиматического 3 с севера на юг: Сахары Сахеля, Судане и Гвинее, к которым следует добавить Внутренний Дельта Нигер, расставив суданские и Сахеля зоны.

Сахарская зона соответствует пустынному климату. Дожди нерегулярны и случайны. Осадки составляют менее 100 мм в год. Гарматтан - сухой ветер, который усугубляет последствия засухи. Существует значительная разница между температурами дня и ночи. Он занимает площадь 632 000 км², что составляет более половины (51%) территории Мали.

Сахелианская зона соответствует засушливому полусушливому климату. Осадки составляют от 150 до 600 мм в год. Он занимает площадь 285 000 км², что составляет немногим менее четверти (23%) территории Мали

В Суданской зоне (215 000 км² или 17,5% территории¹) ежегодное количество осадков составляет от 600 до 1 100 мм. Сезон дождей (называемый зимой) распространяется на 3-5 месяцев на севере с 5 до 7 месяцев на юге.

В Гвинейской зоне среднегодовое количество осадков составляет 1100 мм в сезон дождей, который длится от 5 до 7 месяцев. Он охватывает только 6% территории, около 75 000 км².

С 1970-х годов в Мали наблюдается увеличение сухости. Изохиты (воображаемая линия, соединяющая точки с равным количеством осадков) переместились от 200 км на юг рельеф.

Природные ресурсы являются естественными физическими элементами, распределяемыми на национальной территории.

На севере присутствие Сахары порождает кристаллические массивы, вершина которых, Адрар Ифогас, достигающий высот 890 метров, следует за обширными засушливыми дюнами Хоггара.

На востоке на равнинах региона Гурма и Азауад преобладает самая высокая вершина в стране, гора Хомбори, которая поднимается на 1155 метров над уровнем моря.

На юге находится суданская зона или малийская зелень, характеризующаяся густой растительностью, состоящей из саванн и лесов, граничащих с двумя главными реками страны, Нигером и Сенегалом, главной гидрографической сетью страны. Более 1800 км, широкая впадина, занятая Нигером, покрывает четверть территории страны. Большая часть реки судоходна. На высоком гвинейском плато река превращается в мертвое озеро и болотистые озера.

С юго-запада на запад лежит плато Мандинг, которое переходит от его скал к равнинам Фалеме и Диуру.

Суданская зона по-прежнему сохраняет высокие типичные травы и так называемые национальные деревья: ши (из семян масло извлекается для приготовления пищи и косметических сливок), негр (из его фруктов мы прикладываем приправу), баланзан, тамаринга и пальмы

В пустыне укрывается особенно адаптированная фауна: газельские доркасы, дама, добавка, фенкек, шакалы, страус, дрофа, жаворонок, змея, гадюка с рогами, лак.

Национальный парк петли Бауле на 170000 га, запасы Финны и

Бандинго, а также Ваттагуны укрывают большие травоядные животные: слоны, буйволы, антилопы, бородавочники, лоси Дерби, жирафы больших кошек: львы, пантеры, гиены, гепарды.

Вокруг рек Нигер и Сенегал, богатых ядом, мы часто встречаем: крокодилы, ламантины, бегемоты и многие виды птиц: бакланы, цапли, фламинго, утки, цапли.

Существуют две основные зоны растительности, которые соответствуют климатическим районам Судана и Сахеля. В суданской зоне локализованные лесные коридоры находятся вдоль границы Гвинеи и в долинах рек; остальная часть области покрыта саванной. Деревья включают в себя нир, или дерево двух нетто, карите и капиока. Частота деревьев уменьшается на север, когда Суданская зона сливается с Сахелем. Сахел характеризуется степной растительностью, особенно такими засухоустойчивыми деревьями, как баобаб, дум пальма и пальмыра. Эти деревья также исчезают на севере, где растут короткие, тернистые растения, такие как мимоза, акация и вкрап вся растительность отсутствует в дальнем северном регионе Сахары. Начиная с второй половины 20-го века обезлесение, перевыпас и повторные эпизоды засухи способствовали значительному ускорению естественного опустынивания, что привело к посягательству пустыни на Сахеле.

Животная жизнь Судана и Сахеля богата и разнообразна. Крупные травоядные млекопитающие включают газели, антилопы, жирафы и слоны. Основными хищниками являются львы, пантеры и гиены. В реках обитают крокодилы и бегемоты, а также множество обезьян, змей и птиц (включая страуса). Национальный парк Бульче-дю-Боуле вдоль реки Бауле на западе и заповедник Ансонго-менака и заповедник Слон Дуэнца (Gourma) на востоке являются основными заповедниками дикой природы.

Таким образом, на основании вышеизложенного необходимо отметить,

что в настоящее время основным богатством Мали является золото. В стране имеются достаточно высокие перспективы обнаружения новых месторождений, в первую очередь в пределах золоторудного пояса Фалеме, а также в золоторудном районе Багое, где эксплуатируется крупнейшее золоторудное месторождение Морила. Поэтому в ближайшей перспективе эти территории могут представлять интерес и для золотодобывающих компаний России.

Для оценки перспектив освоения недостаточно изученных месторождений бокситов, урана, алмазов, редких металлов и неметаллических руд необходимо проведение дополнительного анализа.

1.2. История культурной аутентификации Мали

Большая часть страны представляет собой саванны и песчаные долины, на севере простирается знаменитая на весь мир Сахара. И все же, отдых в Мали находит своих поклонников по всему миру. Туристов привлекает в основном:

- культурное богатство, основанное на сосуществовании увлекательных этнических групп, многие из которых получили международную известность;
- материальное и нематериальное производство;
- особый менталитет населения, выражающийся чрезвычайной добротой, легкостью контакта и большой открытостью к гостям страны.

Данные факторы способны удовлетворить ожидания туристов, ищущих перемены и приключения в Африке. «Мали продукт» является частью новой тенденции глобального туризма, которая поможет усилить эффект от ранее предпринятых действий по использованию туристического потенциала Мали.

Однако существуют некоторые трудности, которые проявляются в следующем:

– страна относительно неизвестна на западных рынках, международный туризм по-прежнему характеризуется исторической и культурной близостью к Франции;

– доступ к городам и достопримечательностям часто затруднен; туристическая инфраструктура, особое жилье, не всегда благоприятные условия, что не соответствует романтическим ожиданиям путешественников;

– посещаемость во многом обусловлена, так называемыми авантюристами, которые представляют низкооплачиваемый сегмент туризма.

Это характерные признаки, определяющие первые этапы жизненного цикла туристических направлений.

Действительно, Мали имеет несколько туристических возможностей, включая природные, культурные, технологические и художественные ресурсы, а также объекты досуга.

Культурные ресурсы являются следами, оставленными предками жителей Мали, в то время как технологические и художественные ресурсы – это богатство технологий и ноу-хау в искусстве во всех областях.

Бамако – типичная африканская столица: шумная, малоэтажная, распластанная, рыночная. Ее нельзя отнести к самым красивым городам страны. Туристы город используют исключительно для отдыха. Здесь есть неплохие отели, много кафе и ресторанов, почти французские супермаркеты и богатая ночная жизнь. Расположенный в тысяче километров от Дакара и Абиджана или в 400 км от границы с Гвинеей, в последние годы Бамако стал перекрестком Западной Африки. В городе проживают разнообразные этнические группы как из самого Мали, так и из сопредельных государств.

Попав в городской центр, сразу видно, что Бамако начинал как колониальный город: регулярная сетка улиц, малоэтажная застройка, католический собор.

Бамако – лучшее место для гурмана в Мали. В городе много

иностранцев, а значит и много французских кафе, пиццерий, есть даже рестораны с мексиканской едой. В Бамако присутствуют музеи (государственные и частные), ремесленный дом и сосредоточено большинство картинных галерей страны. Посещение данных заведений является платным. В городе развивается инфраструктура гостиничного бизнеса и общественного питания, а также культурные виды спорта и досуга. В Бамако более 25 отелей и ресторанов.

Следует более подробно рассказать о культурных и спортивных объектах города:

- центры детского чтения и анимации (CLAEC) во всех шести общинах района;
- различные музеи города: национальный музей, районный музей и музей Мусо Кунда, мемориал Модибо Кейта;
- Сан-Торо на дороге Куликоро;
- розовый рынок;
- различные культурные центры, такие как французский культурный центр, исламский, американский и т.д;
- дворец культуры Amadou Hampaté Vâ и международный конференц-центр Бамако;
- большие библиотеки города: центр Джолиба, национальная библиотека;
- спортивный павильон стадиона Модибо кейта и сам стадион.

Также разбавляют инфраструктуру города кинотеатры, такие как Рекс, Бабемба и т.д. Они позволяют городу проводить множество встреч (семинары, конгрессы, конференции культурных и спортивных мероприятий).

Участки, природные и культурные ландшафты Бамако многочисленны, но нижеприведенный список не является исчерпывающим, представлены

только некоторые представители:

1. Ботанический сад на дороге Кулуба, содержащий около 170 видов растений. На его территории имеется зоопарк с различными животными африканской фауны.

2. Farassotigui или всадник в сикорони – город, имеющий форму всадника. Население считает его сверхъестественным памятником, который защищает их от зла и нападений врагов.

3. Сутаду ну в Сотубе – место с привидениями. Этот участок предлагает живописный пейзаж из-за наличия спокойных вод в период упадка и волнений во время наводнений. Порошковые породы почвы подвергаются эрозии.

4. Сененни в Согонафинге находится в 3 километрах на северо-запад от города Бамако. Этот город защищен доброжелательными духами, которые защищают население этой местности.

5. Кулуиний элеке или «красивый холм» в Лафиабугу – это природный объект, который сейчас находится под защитой государства.

В числе учебных заведений Бамако – Университет и Национальный институт искусств, известный также как Дом ремесленника. Он включает секции изящных искусств, музыкальную и художественных ремесел, в последней обучают народным промыслам, ювелирному и ткацкому делу. К числу учреждений культуры Бамако относятся Национальная библиотека, Краеведческий музей. Особенно интересна экспозиция Национального музея Мали, основанного в 1953 г. В нем представлены лучшие образцы деревянной скульптуры, традиционных тканей и ковров, великолепная коллекция масок. В музее воспроизведены лагерь туарегов, внутреннее убранство хижины бамбара, кузница, гончарная мастерская.

В гротах близ Бамако в 1955 году были обнаружены росписи с изображениями людей и животных — сцены охоты, войны, танцев, выполненные

красной краской. Наскальные росписи относятся к эпохе неолита. Их открытие является большим вкладом в науку и изучение заселения Африканского континента.

Туристический поток Мали растет в течение нескольких лет, и это подтверждается статистикой туристических посещений, сделанных в Бамако. В 2016 году было зафиксировано несколько миллионов доходов, выраженных в местной валюте, Сфа. Для страны важно сохранить свою культурную самобытность, а также усилить защиту туристических объектов и окружающей среды.

Бамако – это туристический объект, где сосуществуют бизнес-туризм, конгресс, развлечения и досуг.

В Бамако расположены зоологический и ботанический сады, ближе к центру – «Гранд-отель» и кинотеатры. На площади Сувениров и на расходящихся от нее улицах сосредоточены роскошные французские магазины, лавки сувениров с изделиями из золота и серебра, слоновой кости, черного и красного дерева, крокодиловой и змеиной кожи.

Дискретные прелести Бамако – это те памятники и места, которые были построены в надежде продвинуть культурное и историческое наследие для интеллектуального развития граждан. Из них:

- собор Бамако в лиловом песчанике;
- мемориал Модибо Кейта, построенный в память о первом президенте Мали (1915-1977)
- башня Африки как символ африканского единства;
- площадь Свободы, посвященная героям Черной армии;
- место Махмуду Канате, одного из отцов Независимости Мали (1897-1959);
- памятник Независимости;
- памятник Сане или Кон трон, посвященный братству охотников;

- памятники, посвященные Кубку африканских стран 2002 года;
- дворец и памятники Клубы, «холма власти».

Ботанический парк занимает площадь 17 гектаров и содержит образцы флоры страны. В зоологическом и ботаническом парке находятся обитатели фауны и флоры саванны.

Музеи Бамако:

- национальный музей Мали, один из самых красивых в Африке, является местом восхищения античной коллекцией, скульптурами, картинами и другими драгоценными камнями Мали;
- районный музей Бамако;
- бывший форт Бамако;
- музей Музея Кунды;
- женский музей.

С востока и с запада к центральной части примыкают густонаселенные жилые кварталы: Ниарела, Дравела, Долибана, Дар-Салам, Медина-Кура. Дома в этих кварталах построены из известняка и обожженного кирпича. Для строительства жилых домов в окраинных районах Бамако применяется банко – традиционный строительный материал из смеси глины с соломой, распространенный во многих районах Тропической Африки.

Из туристического маршрута Кулуба или «Точки G» открывается панорамный вид на Бамако. Доисторическая пещера содержит наскальные рисунки. Литографические материалы из пещеры выставлены в Доисторическом саду Национального музея Мали.

Погружная дамба Сотубы с плотиной Эгретов – это место подношения, заклинания и почитания духов или джиннов.

1.3. Законодательное регулирование туристической отрасли в Мали

В Мали сектор туризма хорошо регулируется. В стране подписано око-

ло двадцати конвенций о туризме и культуре. На национальном уровне имеется 28 нормативных текстов, они затрагивают все области, представляющие интерес для сектора.

В течение нескольких лет туризм получил большое внимание со стороны малийских властей, которые считают его эффективным способом борьбы с нищетой и инструментом устойчивого развития. Этот интерес заметен в следующих официальных документах.

1. Стратегические рамки для роста и сокращения масштабов нищеты, уникальные справочные рамки для политики и программ развития на 2010-2015 годы.

2. Проект экономического и социального развития.

3. Письмо рамочной программы, направленное Президентом Республики Премьер-министру, главе правительства от 13 ноября 2013 года.

4. Общее политическое заявление правительства.

В Стратегической рамочной программе определены пять задач, стоящих перед туристическим сектором:

– составить согласованность действий различных заинтересованных сторон в этом секторе;

– установить контроль туризма и гостиничного бизнеса;

– участвовать в разработке туристических объектов;

– установить доверительные отношения между частными специалистами и представителями государственного сектора;

– обеспечить профессионализацию агентов сектора, как на уровне частных, так и государственных специалистов.

Показатели для оценки вклада туризма в экономику определяются на вспомогательном счете туризма. Он включает в себя:

– потребление туристов;

– создание рабочих мест в индустрии туризма.

Основными государственными учреждениями сектора являются.

1. Министерство ремесел и туризма (МАТ) – является главной ответственной силой за малийский туризм. В этом качестве он разрабатывает и управляет политикой развития туризма в стране и обеспечивает соблюдение законодательной и нормативной базы. Он также курирует ОМАТНО (Малианский офис по туризму и гостиницам).

2. ОМАТНО является публичным административным учреждением, которое является расширением МАТ в этой области. Его миссия заключается в «разработке элементов политики правительства в области туризма и гостиничных услуг и обеспечении их реализации». Он играет роль Национальной администрации по туризму и продвигает туристические продукты, как в Мали, так и за рубежом. Таким образом, он должен обеспечить надлежащее применение законов и положений с точки зрения планирования инвестиций, обучения и продвижения туризма. Он получает официальные туристические налоги с проживания туристов, международных авиабилетов и доходы от казино через государственную казну.

3. Национальный центр по продвижению ремесел, является инструментом МАТ для разработки и реализации политики ремесленной промышленности. Он представлен в 7 из 8 регионов Мали.

4. Другие отрасли, такие как: культура, окружающая среда и санитария, оборудование и транспорт, оказывают непосредственное влияние на развитие туризма.

5. Профсоюзы на местном уровне.

Следует отметить, что консультативный комитет ОМАТНО, существование которого обеспечивается документами и состоит из частных участников, не функционирует.

Тем не менее этот комитет занимает свое место в организационной структуре туризма, и его внедрение может смягчить некоторые трудности

между государственными и частными субъектами.

Более того, его динамика, а также система консультаций между общественными субъектами (министерства культуры, окружающей среды и санитарии, оборудования и транспорта, гражданской защиты и национальной безопасности), включены в прогноз для сектора.

Рейтинг по ведению бизнеса представлен в таблице 1.1.

Рейтинг Мали страна по Ведение бизнеса 2016

Ведение бизнеса в 2015 г	Ведение бизнеса в 2016 г	Изменения в рейтинге
146	148	+2

В Ежегодном докладе «Ведение бизнеса» в 2016 году отмечается прогресс, достигнутый правительством Мали в улучшении делового климата. Областями, затронутыми этим прогрессом, являются: создание бизнеса, получение кредитов и разрешение деятельности

Несмотря на достигнутый прогресс, развитие туризма в Мали по-прежнему сталкивается с определенными трудностями. Что касается секторального уровня туризма, то в докладе отмечается, что некоторые структурные элементы также ограничивают развитие хорошего делового климата для сектора туризма:

- отсутствие профессиональной подготовки рабочей силы и абсентеизма;
- критерии доступа к формальному банковскому финансированию для частных проектов и, в частности, для проектов МСП / МСИ, даже если в этой области достигнут прогресс;
- доступ к собственности на землю остается проблематичным для многих участников;
- корпоративный налог выше, чем в Сенегале (35% против 25%);
- туристический налог среди самых низких в районе WAEMU;
- самый высокий налог на аэропорт в районе WAEMU.

Разница в десяти пунктах между Мали и Сенегалом может быть очень пагубной для привлекательности малийского туризма. То же самое относится и к аэропортовому сбору. Заметное различие со ставками, практикуемыми соседями, может оказать негативное влияние на малийскую службу.

С другой стороны, налог на туризм, который обычно обратим к

туристическим предприятиям, должен быть согласован с туристическим рынком, чтобы не лишать гостиничную индустрию необходимых ресурсов.

Следует отметить, что были приняты меры по уменьшению налогового бремени, связанные с внутренними, иностранными и частными инвестициями. Это новый пересмотренный Инвестиционный кодекс и Специальный закон о льготах в области туризма. Первый поощряет инвестиции во всех секторах, кроме торговли, добычи и нефти. Второй освобождает налог на прибыль и выплату лицензии на срок от 7 до 10 лет или на более длительный период, если инвестиции осуществляются в определенной зоне.

Объем этих мер ограничен наличием НДС, ставка которого остается высокой (18%), особенно по сравнению с конкурирующими туристическими местами в субрегионе. В Сенегале НДС сократился с 18 до 10% в целях конкурентоспособности и в Северной Африке, 7% в Марокко и Тунисе. Все вопросы, связанные с деловым климатом, обсуждаются и будут проводиться безмятежно в рамках диалога между частными лицами, который проводит Руководящий комитет Хитта на национальном уровне и в трех программных регионах.

2. Анализ развития туристического сектора в Мали

2.1. Факторы туристской привлекательности и оценка туристско-рекреационного потенциала в Мали

Его престижное историческое прошлое (дом великих королевств и империй Ганы, Мали и Сонгай) и его привилегированное географическое положение в самом сердце Западной Африки в значительной степени способствовали богатству и разнообразию туристического потенциала Мали. Это теперь одно из самых популярных мест в Западной Африке.

Мали полна огромного туристического потенциала, который привлекает все больше внимания операторов туризма и разработчиков. Основная часть туристического потенциала, основанного на культурном наследии. В настоящее время в Мали имеется около дюжины перечисленных сайтов всемирное наследие человечества (сайт Дженне-Дьено и нынешний город Дженне, Тимбукту и его мечети, Гао и гробницу Аскии, семилетнюю реабилитацию Камаблон Кангаба, пересечение волов Диафараве и Диадуз, святилище естественный и культурный дог и т. д.). В стране есть природные объекты, дюжина охраняемых районов и сайт Рамсар (Внутренняя Дельта реки Нигер).

Эти области включают Грума, около 500 пахидермии, самая большая в тропической зоне. Эти сайты способствуют практике различных форм туризма, включая экотуризм. Мали пересекают две крупнейшие реки Западной Африки (Сенегал и Нигер), эти реки так много активов для туризма.

Ввиду этих элементов, похоже, что в Мали столько культурных, сколько природных достопримечательностей, которые показывают реальный потенциал развития туризма. В связи с политическим кризисом в 2011 году произошел определенный обвал в такой области, как туризм Мали. Изюминкой путешествия в Западную Африку долгое время считалась именно эта удивительная страна, во многом благодаря мифической привлека-

тельности Тимбукту и страны Догонов.

Ежегодно страну посещают около 90000 туристов, так что туризм здесь можно считать развитым не в полной мере. Развитию этой отрасли мешает несовершенство транспортной инфраструктуры, недостаточное количество гостиниц для посетителей, а также политическая нестабильность. В связи с этим, курорты Мали являются не столь привлекательными для искушенных туристов.

Несмотря на всеобщее мнение, что в Африке слишком тепло для снега, есть несколько мест на континенте, где можно покататься на лыжах и сноуборде, это Алжир, Лесото и Марокко. Горнолыжные курорты Мали – это пока больше фантастика, чем реальность. Однако можно отправиться в соседние страны, например, в ближайший Оукаймеден (Марокко), который находится в 2174 км.

В стране есть большой выбор мест для отдыха, лечения и общего оздоровления. Лечебные курорты Мали включают в себя множество эксклюзивных, роскошных и доступных санаториев, в том числе с собственной кухней, отелей, курортов и спа, а также гостевых домиков и туристических апартаментов.

Экскурсионные маршруты в Западной Африке включают в себя посещение страны Догонов, Дженне, Мопти, Сегу и столицы Бамако, объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО – города Тимбукту, а также путешествие в пустыню Сахару, принятие участия в фестивале-сюр-Ле-Нигер в Сегуи многое другое. К сожалению, некоторые туры Мали на данный момент приостановлены из-за отсутствия безопасности.

Большая часть страны представляет собой саванны и песчаные долины, на севере простирается знаменитая на весь мир Сахара. И все же, отдых в Мали находит своих поклонников по всему миру.

Так как страна не имеет выхода к морю, пляжи Мали не являются та-

кими привлекательными, как хотелось бы. Любителям отдыха у воды подойдет путешествие по великой реке Нигер, во время которого, например, можно увидеть такое местное чудо, как страна Догонов.

Одними из лучших гостиниц Африки являются отели Мали, которые славятся своим гостеприимством и первоклассным обслуживанием. Наиболее популярными местами для остановки туристов являются Софитель Амети в Бамако, отель Кемпински Эль-Фарук, Ле Маэстик, Канаге. Они также предлагают номера в рамках доступного бюджета.

В стране железнодорожные пути составляют около 729 километров. Городской транспорт Мали представлен автобусами и маршрутками. Бамако, в частности, славится своими зелеными и желтыми такси. Недорогие мотоциклы зачастую являются единственным доступным транспортом в Мали, автомобилей мало. Страна не имеет морских портов, поскольку нет выхода к морю, но Куликоро на реке Нигер неподалеку от Бамако служит главным речным портом. Что касается воздушного транспорта, то по состоянию на 2007 год в Мали насчитывалось 29 аэропорта.

Использование этого богатого туристического потенциала также основано на сети инфраструктуры, размещения, питания, развлечений и среди лучших исполнителей в субрегионе, с точки зрения качества и затрат.

К сожалению кризис политической безопасности нанес огромный ущерб сектору. Это проявилось в отказе от пункта назначения закрытии некоторых туристических учреждений, уничтожении других, увольнении или безработице технических агентов, сделать в Мали стране, туда труднее посетить условия безопасности не восстанавливаются.

Экономический рост продолжался третий год подряд на уровне 4,9% в 2018 году из-за распространения нестабильности в регионах и неопределенности. На стороне спроса государственные инвестиции в совокупность ВВП.

Несмотря на рост мировых цен на нефть (23,2%), обменный курс вырос с 1,8% в 2017 году до 2,0% в 2018 году. Мали-Африка (УЕМОА) и Европейский центральный банк Государства Западной Африки (ВСЕАО) несут ответственность за денежно-кредитную политику.

Дефицит внешнего баланса увеличился с 5,0% до 7,4% ВВП в 2018 году, так как хорошие показатели экспорта хлопка не преминули компенсировать рост импорта нефти. 21% в день и еженедельный рекорд в 705 000 тонн хлопка (рост на 25%). Дефицит почтового баланса финансируется за счет сочетания прямых иностранных инвестиций (60%) и внешних заимствований (40%).

Дефицит бюджета вырос с 2,9% ВВП в 2017 году до 4,8% в 2018 году из-за нехватки и неожиданных изменений в налоговых поступлениях, которые выросли с 15,2% ВВП с 2017 года на 11,9% в 2018 году и увеличение бюджета. В ответ правительство начало сокращать расходы на 2 месяца, в основном государственные инвестиции во все сферы, есть здравоохранение и образование (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Экономические факторы в 2016 г.

Доля потребления туризма в ВВП (цифры в миллионах франков КФА)	
Путешествия (кредит)	91250
Пассажирские перевозки (кредит)	209
(путеш + транс) кредит	91459
ВВП	3201470
Путешествия (кредит) * 100 / ВВП (доля поступлений от туризма в ВВП)	2,85%
(Путеш+ Транс) © * 100 / ВВП (доля поступлений от туризма и транспорта в ВВП)	2,86%

Эта таблица позволяет нам измерить, что представляет собой потребление туристов в отечественном продукте в Мали. Доля потребления туризма в ВВП оценивается в 3%. Это значительная часть, тем более что в разделе

поездок не принимаются все туристические операции, такие как: экспорт и импорт туристического оборудования, инвестиционные расходы, репатриация заработной платы туристических работников.

Сегодня сектор структурирован вокруг частных компаний, большинство из которых работают в неформальном секторе, контролируя более или менее эффективно центральные или неконцентрированные услуги. Во время Третьей республики с 1992 года по настоящее время управление пунктом назначения стало более эффективным с созданием в 1995 году Управления по туризму в Мали и бизнес-отелем, правительственным агентством, ответственным за управление туризм. туристический туризм. внутри и снаружи. Расширение туризма в Мали с 2002 года с появлением чемпионат африканских наций вынудило ОМАТНО создать региональные туристические офисы в 1999 году, а также филиалы в некоторых населенных пунктах. В некоторых муниципалитетах были созданы инициативные альянсы для улучшения базового туризма для местного развития с появлением децентрализации. Их основная роль - объединить всех людей, чья деятельность может прямо или косвенно повлиять на туризм. Местные власти собирают налоги в неформальной форме от жилищных агентств или даже посетителей туристических объектов в своих общинах. В целом частный сектор играет важную роль в продвижении сектора Мали, поскольку именно частный сектор владеет гостиницами, туристическими агентствами и транспортными компаниями (воздушными, речными, железнодорожными).

Упрощенная схема экономического воздействия туризма Мали 2016 г. представлена на рисунке 2.1.



Рис. 2.1. Упрощенная схема экономического воздействия туризма Мали в 2016 г.

Малийская экономика также по-прежнему сильно зависит от горнодобывающего сектора и результатов сельскохозяйственных кампаний. Производственный сектор очень слабо развит, и страна переживает сильный демографический рост, который рынок труда пытается поглотить.

2.2. Динамика основных показателей развития туризма и туристской инфраструктуры в Мали

Туристическая индустрия Мали состоит из десятков тысяч людей, работающих в области отелей, транспорта, управления, общественного питания, ремесел и т. д.

В дополнение к упомянутым выше, большинство экономических и социальных мероприятий более или менее напрямую связаны с туризмом из-за его сквозного характера. Это частные и общественные субъекты, действующие в области гигиены и санитарии, садоводства, производства продуктов питания, местных и промышленных напитков, художников и т. д.

Все эти участники группируются в ассоциации, которые объединяются в организации. Мы рассмотрим каждую группу, оживляющих туризм.

Хостинг-провайдеры: туристические компании состоят из туристических учреждений (гостиниц, общежитий, лагерей, ночных клубов, зон отдыха и т. д.) и туристических агентств. Сегодня в Мали 629 отелей, 309 туристических агентств и 449 баров, ресторанов.

Туристические компании – это средства улучшения через организацию всего пути (размещения, питания, досуг и т. д.). Туристические компании представляют собой источник дохода и создания рабочих мест для страны. Они распространяются неравномерно по всей национальной территории Бамако как пункт притяжения для 2/3 всех туристических компаний.

В дополнение к туристическим заведениям в Мали имеется 522 путеводаителя по туризму (местные и национальный).

В 2009 было 208 туристических агентств по всем специальностям (туризм, билеты, хадж, Омра).

Рассматривая культурные фестивали, хотелось бы отметить, что культура – это то, что лучше всего разделяют все малийцы. Каждый народ, каждая этническая группа, каждый регион защищает и подчеркивает свою традицию, к которой он сильно привязан. Это то, что появилось в последние годы создания фестивалей по всей стране. Их потенциал остается огромным – от Кайеса, Кидаля, через Тимбукту, Гао, Куликоро.

В начале 2000-х годов многие фестивали проводились в разных частях Мали: Эссакан, Кайес-Медина, Андерабукан, Тенере, Куликоро, Сиби, Сегу, Кайес, Эссук. Реальный финансовый дефицит для туризма, ремесел и культуры равен 3% внутреннего продукта. Источниками дохода являются прямые, косвенные и сезонные рабочие места во многих секторах. Эти фестивали позволили стране увеличить свои туристические визиты и сгенерировать более 6 000 рабочих мест в год.

В дополнение к Кайе представлены и другие данные о последствиях фестивалей.

1. Фестиваль на реке Нигер.

Чтобы получить представление о потенциале фестиваля, приведены данные фестиваля на реке Нигер, которые хорошо документированы. Он проводится в Сегу в феврале каждый год, начиная с 2005 года. По словам директора фестиваля Маму Даффе, организация фестиваля выгодна местной экономике. Таким образом, в течение первых 6 выпусков, приблизительно в экономику было введено 8,7 миллионов долларов, на фестивале было создано 150 местных предприятий, которые организовали в 2010 году 95 прямых рабочих мест и 1 858 косвенных рабочих мест. Через 5 лет количество туристов в Сегу увеличилось в десять раз, с 1500 туристов в 2004 году до 15 000 туристов в 2008 году. В 2010 году в фестивале приняли участие 22 000 участника из 29 стран.

2. Фестиваль «Тенере».

Он проводится ежегодно в Тин-Аукере в долине Тилемми (70 км от Гао). Директор и инициатор этого фестиваля полковник Мохамед Аг Мехди отмечает, что с первого выпуска фестиваля были инвестированы более 69297 тысяч долларов. К этим инвестициям относятся, в частности, транспорт воды и электроэнергии в населенном пункте. Как поясняет его промоутер, фестиваль Тépégé пользуется только поддержкой местных руководителей. Фестиваль приветствует все этнические группы страны, а также арабов и соседние страны (Нигер, Мавритания, Буркина-Фасо) и даже Нигерии. Фестиваль, организованный ассоциациями Тартита и Танфо, также дает возможность ремесленникам «заполнить карманы». Действительно, выставки – это реальные возможности для трейдеров для их опыта и богатого кустарного наследия Мали. Кроме того, ожидается, что 5 000 посетителей получат удовольствие от участия в гонках на верблюдах.

3. Праздник Diamwari.

Что означает «счастье есть» в фульбе. В Мопти, «Малианская

Венеция», также расположенная на северном берегу реки Нигер, но фестиваль проводится на берегах реки Бани. Первая организация этого фестиваля состоялась в феврале 2008 года, вторая – в ноябре 2009 года, а третья – в январе 2010 года. Основанный в двенадцатом веке Мопти, в котором проживает около 100 000 туристов в год, находится недалеко от скалы Догон и исторического города Дженне. Фестиваль *Diamwari* – это культурный фестиваль, который сочетает в себе музыку и танцы и объединяет все лучшее в этих различных художественных областях, чтобы охватить все культуры Мали. В программе знаменитых марионеток Мали, танцевальных коллективов разных племен, таких как труппа Января (*Youvarou*), труппа Бабоемба, купец Дженне, отряд Дунсоу (охотники), группа Бозо, Маски Догон, танцоры Бгары (от *Bankass*). А также выставки художников и ремесленников гончаров, ювелиров, скульпторов, красильщиков, живописцев и т. д.

4. Туристическое руководство.

В 2013 году в Мали было 491 аккредитованных ОМАТНО гидов, из которых почти две трети (67,4%) являются местными гидами. Остальные 160 гидов (32,6%) являются национальными гидами. В дополнение к их недостаточному числу, руководства, хотя самообученные встречаются очень часто или неграмотные имеют хорошие рабочие знания в области торговли, чаще учатся на работе. Следует отметить, что с 2005 года никаких других проверок не было организовано, так что ОМАТНО с трудом контролирует распространение незарегистрированных руководств с 2005 года.

В результате исследований и анализа SNV в этом районе было бы несколько преимуществ создания новой категории официального гида, путеводителей по деревням, выбранных элитами туристической деревни на основе их глубоких знаний о достопримечательностях и обычаях их земли. Это нововведение создало бы много рабочих мест, особенно в регионе Мопти и Кайес, потому что десятки молодых людей в настоящее время выполняют

эту функцию в неформальной обстановке.

5. Поставщики транспорта.

Туристическая деятельность также зависит от хорошей организации транспортной деятельности и оборудования страны в аэропортах, автомобильных дорогах, железнодорожной инфраструктуре и зонах речного судоходства. Потому что все воздушные, автомобильные, железнодорожные и речные перевозки являются движущей силой для колебания количества туристов. Фактически, Мали – огромная страна без доступа к морю, должна превратить препятствие континентальности в преимущество от потери части своих посетителей на благо прибрежных стран (Сенегал, Кот-д'Ивуар, Бенин и т. Д.) или других стран межгосударственных отношений. В ответ на эту проблему отвечает строительство международных аэропортов на уровне туристических полюсов страны (Мопти и Кайес в частности). Модернизация и расширение дорожной сети, проведенной с проектом чемпионат Африк 2002, дала толчок к скорости использования назначения Мали, как мы видели ранее.

6. Воздушный транспорт.

Есть несколько авиакомпаний, выполняющих международные рейсы, включая Бамако. Самые известные группы Air France, Royal Air Maroc, эфиопские воздушные линии, Air Mali, Air Burkina и т. д.

Внутренние рейсы возможны благодаря аэропортам, таким как Кайес, Мопти, Тимбукту и Гао. Французская компания организовала чартерные рейсы из Парижа, Лиона и Марселя в Бамако, Мопти и Гао. Эти чартерные рейсы очень нерегулярны, поскольку проблема безопасности затрагивает основные туристические направления Мали. В 2015 и 2016 годах они испытали значительное снижение или даже отмену. Их восстановление было запланировано на 20 декабря для Мопти, но будут ли они поддерживаться, несмотря на появление последних событий, о которых сообщалось выше. В

Кауес перспективы выглядят относительно оптимистичными, поскольку недавнее открытие нового аэропорта Кауес Dag-Dag, расширенного и обновленного по международным стандартам, порождает амбиции среди профессионалов в Кайс и БАМАКО.

7. Автомобильный транспорт.

Большое количество туристических объектов доступно по дороге, независимо от того, находятся ли в Бамако или во всех региональных столицах или главных местах круга. Во всех городах Мали есть автогары. Крупнейшими компаниями, работающими в дорожной сети, являются: гана норт, биттар транспорт, соматра симага групп баны транспорт, Диарра транспорт, Африка тур транспорт и т. д.

В дополнение к этому богатый турист может арендовать транспорт у туристических агентств или агентств по прокату автомобилей, микроавтобусов или внедорожников, что позволит им улучшить свое пребывание в Мали.

Наконец, внутригородский транспорт предоставляется во всех городах Мали такси или микроавтобусами. Пинассиеры вмешиваются главным образом в Сегу, Мопти, Тимбукту и Гао. Они играют жизненно важную роль в туризме в этих местах, будучи удобным способом путешествий и особенно для туристов. Пинассиеры сгруппированы в ассоциации в Сегу и Мопти. В дополнение к своей основной функции транспорта они помогают руководству часто объяснять туристические объекты, установленные в водной среде, фауне и флоре.

Состояние развитой дорожной сети можно проанализировать с помощью таблицы 2.2.

Таблица 2.2

Состояние развитой дорожной сети

Категория	Текущее состояние	Общая сеть
-----------	-------------------	------------

	хорошо	неплохо	плохо	км	%
Асфальтированные дороги (%)	70%	27%	3%	3748	23%
Земные дороги (%)	59%	29%	12%	1834	11%
Улучшенные треки (%)	0%	5%	95%	10908	66%
Сеть (км)	3669%	2120%	10701%	16490	
Сеть (%)	22%	13%	65%	-	100%

По оценкам экспертов, в 2011 году было разработано около 19% дорожной сети 16 500 км, что означает, что более 72 500 км осталось до открытия страны. В развитой сети дороги с твердым покрытием считаются хорошими на 70%, современная наземная сеть на 59%. Это важный вопрос для туристического доступа, так как вторичная сеть представляет две трети развитой сети Мали. Тот факт, что треки подходят только для автомобилей 4x4, усложняет и удлиняет время, необходимое для достижения различных направлений.

8. Железнодорожный транспорт. Железная дорога, открытая в Мали с 1904 года из Бамако в Дакар, уже давно является основным маршрутом доступа к Кайес. С возобновлением работы железной дороги Дакар-Нигер, компанией трансрэйл, перевозка людей носит лишь случайный характер. Действительно, трансрэйл управляет главным образом грузовыми поездами. Проект реконструкции трека находится на чертежной доске, что должно позволить возобновить приток проходов, поскольку маршрут особенно живописен вдоль реки Нигер и реки Сенегал (табл. 2.3).

Общие показатели железнодорожного транспорта в Мали за 2015-2016 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменение (+;-)
Общая сеть (основной маршрут), км.	643	643	0
Средние локомотивы, шт.	20	8	-60, 0
Железнодорожная станция, шт.	16	-	-
Перевезенные пассажиры, чел.	29124	8752	-69, 95
Километр путешественника, тыс. км.	14673	4306	-70,65
Импортные товары, тыс. тонн.	211	76	-63,98

Наглядно данные по общим показателям железнодорожного транспорта в Мали за 2015-2016 гг. представлены на рисунке 2.2.

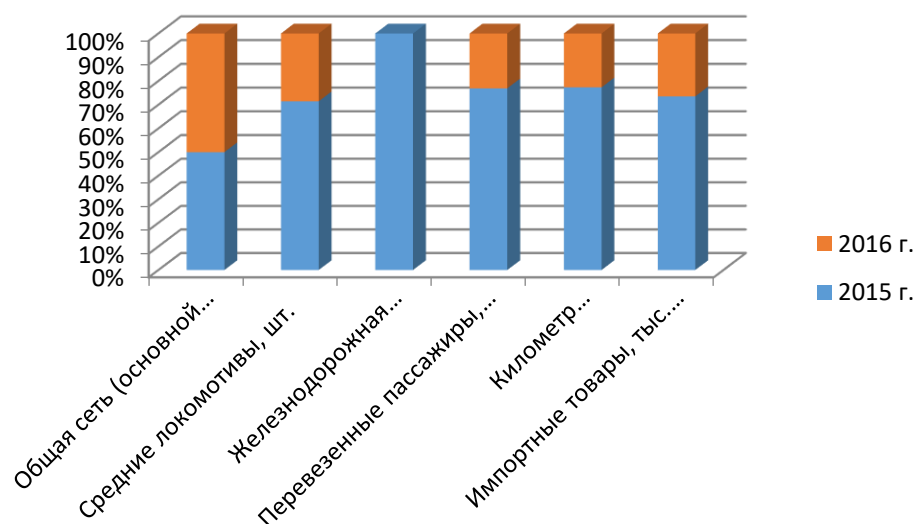


Рис. 2.2. Данные по общим показателям железнодорожного транспорта

9. Внутренние водные пути.

Речной транспорт в основном обеспечивается во время наводнения реки Нигер (с июля по декабрь). Когда осадок выпадает, речной транспорт на реке Нигер или реке Сенегал обеспечивается лодочниками, работающими с пинасами, оснащенными двигателями. Личные каюты доступны для туристов, желающих совершить круиз. Круиз мопти Тимбукту Гао особенно популярен, и есть несколько других вариантов тура.

Профессиональными ассоциациями, списки в индустрии туризма, яв-

ляются:

- Малианская ассоциация туристических агентств и туризма (АМАВТ);
- Малианская ассоциация профессионалов туризма (АМРТ);
- Национальная федерация гостиничного хозяйства Мали (бывшая Национальная федерация гостиниц, реставраторов и развлекательных заведений Мали;
 - гостиничная сеть для женщин;
 - профессиональная группа хозяин гостиницы и рестораторов Мали;
 - коллектив агентств для хаджа и Омры;
 - Малианская ассоциация туристических агентств для паломничества и Умри;
 - Совет по туризму индустрии туризма;
 - Ассоциация гостиниц и реставраторов Коммуны;
 - Ассоциация гидов;
 - Ассоциация гидов и пирого ров Мопти.

Группировка членов по типам участников является феноменом в Мали. Эти ассоциации позволяют членам иметь больше сил в продвижении и защите интересов своих членов. Марийская социальная ткань сложна, и принято считать, что один и тот же тип актёров развивается в двух или трех ассоциациях, которые не могут объединиться для своих общих интересов. Это относится к туристическим агентствам. Это делает общественно-частный диалог (агентства – ОМАТХО) еще более сложным, чем необходимо. Диалог, созданный в рамках Национального руководящего комитета и «Регионального руководящего комитета» программы, является значительным шагом вперед для становления более продуктивного диалога.

10. Поставщики продуктов питания и напитков. Это отели, бары, рестораны, зоны отдыха и т. д. Существуют формальные процедуры, которым должны следовать эти учреждения. Это утверждение, выданное в качестве

государственной службы, отвечающей за законодательство о размещении и общественном питании, а также разрешение на практику в месте осуществления деятельности, предоставляемой территориальный коллектив, к которому принадлежит учреждение. Однако большое количество отелей с барами, ресторанами и местами отдыха не отвечают требуемым критериям.

Поднимая цепочку поставок продовольствия этих учреждений, то есть рыночных садовников, мясников, рыбаков для производства продуктов питания, переработчиков или производителей промышленного напитка для питья, мы можем видеть, что качество еды, а иногда и выпивки – главная проблема. Специалисты по продуктам питания и напиткам часто предлагают продукты, качество которых не всегда соответствует международным стандартам.

Операторы по управлению отходами (утилизация и утилизация остатков) и санитария общественных мест обычно не упоминаются в секторе туризма, как отели, бары, рестораны и зоны отдыха. Однако эти функции оказывают очень непосредственное влияние на развитие туризма. В Мали и, как правило, в развивающихся странах, безумство – это проблема общественного здравоохранения и окружающей среды, которая препятствует туристам, посещающим эти страны. В Мали опросы туристов в стране Додонов показали, что феномен распространения отходов плохо воспринимается и плохо переживается этими иностранными посетителями. Многие туристы из развитых стран дали понять следователям в Мали, что они не пригласят своих сограждан посетить Мали, потому что города Мали слишком грязные.

Это подавляющее наблюдение относится ко всем назначениям программы. В Мопти нездоровые условия единогласно воспринимаются общественными и частными заинтересованными сторонами как самое большое препятствие на пути развития туризма в городе. Операторы Кариеса считают, что их город самый грязный из Мали. В дополнение к визуальному и

обонятельному дискомфорту эта проблема также заметна в плохих методах гигиены, связанных с производством, обработкой, сохранением и сбытом определенных продуктов. Все это приводит к низкому качеству этих продуктов, которые некоторые туристы воспринимают как непригодные для потребления. Эти причины оправдывают Мали с учетом управления остатками, гигиеной и санитарии в развитии сектора туризма.

В Бамако, как и в других регионах, участники сектора твердых и жидких отходов и санитарии, особенно водосточные желоба, многочисленны и работают в неформальном секторе. Первоначально в 1992 году 67 микро предприятий в форме групп экономических интересов (GIE) разделили территорию района Бамако на предварительную сборку отходов. Они перевезли эти отходы в транзитные склады по обвинению муниципалитета в эвакуации их в окончательный сброс. Сегодня большое количество ГИП перестали функционировать из-за проблем с хранением, связанных с закрытием транзитных складов или их удалением. Собранные пылеуловители - это молодые сельские жители, которые делают сезонные работы в неформальном секторе и в отличие от ГИП, не имеют ни оборудованных, ни обученных для этой деятельности.

То же самое относится к женщинам-регенераторам, тысячам только в коммуне района Бамако. Они не получили ни обучения, ни профессионального руководства, но они способствуют значительному сокращению отходов Бамако за счет восстановления нескольких видов пластика, металлолома, тряпок, пользовательских устройств, из которых они получают ежедневный доход от пяти до восьми евро в день. Они измеряют риски для здоровья, связанные с этой деятельностью, и желают извлечь выгоду из обучения, позволяющего им лучше защищаться. Они в значительной степени выступают за сортировку в источнике, что было бы средством содействия восстановлению, одновременно уменьшая опасность

их работы.

В рамках программы, будет осуществляться восстановление от превращения биоразлагаемых отходов в компост, используемых в качестве естественного удобрения при производстве садовых и кормовых продуктов. Это приведет к созданию более здорового города. В то же время произойдет трансформация потока отходов в цепочку создания стоимости с большим количеством выгодных рабочих мест на уровне сбора, восстановления и обработки. В секторе животноводства, мяса и молока, а также фруктов и овощей будет полезно использовать органические материалы вместо химических удобрений, которые сегодня широко используются в огородах и в производстве кормов для скота.

Одновременно с этой серией действий будут поощряться хорошие методы гигиены в производстве, обработке, хранении и сбыте обычных пищевых продуктов, включая воду и другие напитки.

В этом разделе будет предпринята попытка разработать первый набор целей, которые должны быть достигнуты за пятилетний горизонт, для каждого из ранее выявленных показателей.

Согласно оценке, представленной в отчете по сектору, Малианский въездной туризм генерирует около 208284 человек в 2016 и 2017 году.

В следующей таблице 2.4 распределяются эти прибытия в зависимости от причины поездки.

Таблица 2.4

Получение туризма, прибытие по причине, 2015,2016 и 2017г.

Схема путешествия	Заезды 2015	Процент %	Заезды 2016	Процент %	Заезды 2017	Процент %
Бизнес	49283	32,36	73467	44%	86417	42%
Культурно познавательный	46551	30,58	62716	37%	83928	40%
Пляжный	56461	37,07	32254	19%	37939	18%
общий	152295	100%	168438	100%	208284	100%

Таким образом, общее количество прибытий увеличится с 168 000 до 208 000, т.е. совокупный годовой рост на 4,3%, на один процентный пункт выше среднего в Западной Африке. Стратегия развития туризма, которую Мали примет на 2016 год покажет существенное влияние на поиск причины; с одной стороны, усилия будут сосредоточены на МІСЕ-туризме, в других сегментах, зависящих от уровня экономической деятельности. Мотив «семья и друзья» будет слабо стимулироваться стратегия. Секторный баланс показал важность выбора сегментов клиентов об экономических последствиях туризма. В следующей таблице 2.5 приведены оценки местных расходов по сегментам.

Оценка прямых расходов в стране по сегментам

Расходы в франках СФА	Авто-стоп	Молодой авантюрист	Туристическая группа	Авантюрист в средствах	Женщина - член конгресса США	Путешественник измотивация
Отдых						
Продолжительность пребывания	21	15	15	15	3	8
Плата за визу	18400	18400	18400	18400	0	18400
Транспорт (Мали)	66000	1131500	903400	550600	61400	271100
Жилье	71000			328000	225000	171000
Питание	159300			249500	33800	129000
Деятельность	128000			146000	46000	76500
Напоминания	20000	70000	40000	100000	25000	50000
Общий	462700	1219900	961800	1392500	391200	716000
Ежедневные расходы	22033	81327	64120	92833	130400	89500
Коэффициент расходов / день	1,0	3,7	2,9	4,2	5,9	4,1

Когда мы анализируем ежедневные местные расходы, мы видим, что множитель равен от 1 для туриста до 6 для конгрессмена. Что касается туризма, средний искатель приключений тратит в 4 раза больше, чем конгрессмен. Борьба с нищетой требует акцента на побочных эффектах экономических целей, необходимо иметь цели по «клиентской смеси».

Эта смесь в настоящее время неизвестна, поскольку никакая система не может собирать информацию о расходах туристов, а затем встретить их с их социально-экономическими характеристиками. Поэтому невозможно построить сегментацию клиентов из статистических данных. Сегментация ранее установленная, следует из проведенного интервью и наблюдений на местах. Для дидактических целей мы моделировали текущую картину событий, ее желательную эволюцию и соответствующие экономические последствия. Для осуществления этого моделирования сначала необходимо распределить

прибытие по сегменту.

В следующей таблице 2.6 представлена туристическая активность малайцев по статистике ОМАТО.

Таблица 2.6

План расширения

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Международные посетители	85469	88639	95851	110365	112654	142814	152659	164124
Национальные жители	3521	3638	3940	28697	27548	37251	41073	50010
Иностранные жители	2010	2063	2180	8896	8677	7457	6271	7194
общий	92000	94340	101971	147958	148879	187522	200003	221328
%	94%	94%	94%	75%	76%	76%	76%	74%

Эта оценка показывает около 221 000 записей в 2017 году, в том числе 164 000 международных посетители. Ряд данных переживает разрыв между 2012 и 2013 годами, с внезапным изменением уровня со стороны национальных посетителей и иностранцы. С 2013 года доля иностранных посетителей равна 75% международных прибытий по сравнению с 95% ранее. Количество жителей по прибытию в аэропорт отражено в таблице 2.7.

Таблица 2.7

Прибытие в аэропорт Бамако

Аэропорт Бамако	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Прибытие иностранных гостей (не исправлено за месяц декабрь 2017 г.)	26303	129876	132372

В 2017 году большое количество карт не было обработано ОМАТНО в декабре можно предположить, что, по крайней мере ,6200 прибывающих не были учтены (эта оценка обоснована в следующем разделе анализ сезонности). Количество прибывших в аэропорт Бамако составляет поэтому ближе к 138 572 (табл. 2.8).

Эволюция клиентского ассортимента, бизнес

Показатели	женщина(член конгресса США)	путешественник мотивация	другое, бизнес	общий
Бизнес, текущий	7%	7%	86%	100%
Бизнес, текущий	3%	3%	38%	44%
Бизнес, mix	15%	15%	70%	100%
Бизнес, mix	7%	7%	31%	44%

Согласно этим предположениям, доля авантюристов увеличится с 30% до 60% прибытий аккредитации и прихода конгрессов и мотивации с 14% до 30%. В следующей таблице 2.9 показаны последствия изменения этой смеси.

Влияние изменения ассортимента клиента

Таблица 2.9

2016, новый микст	авто-стоп	молодой авантюрист	турист масса	авантюрист в среде	женщина - член конгресса США	путешественник мотивация	всего сегменты целевое
Средние расходы за прибытие, СФА	462700	1219900	961800	1392500	391200	716000	-
Относительные весасегменты, %	11	17	4	6	7	7	50,32
заезды	18815	28222	6272	9407	11020	11020	84756
Общие расходы, млн, СФА	8706	34428	6032	13100	4311	7890	74467
Поделиться вобщие расходы, %	12	46	8	18	6	11	100

Изменение ассортимента клиентов увеличит на 30% сумму общих расходов, который пойдет от 93,5 млн. долларов до 128 млн. долларов. Мы

видим важность переменных показателей.

В следующей таблице 2.10 наконец, показаны воздействия одного и того же изменения смеси, включая прогноз роста въездного туризма к 2017 году.

Таблица 2.10

Влияние изменения ассортимента клиентов и роста туризма

2016 г., новый микст	авто- стоп	молодой авантю- рист	Турист масса	авантю- рист в среде	жен- щина - член кон- гресса США	Путеше- ственник мотива- ция	Всего сегменты целевое
Средние расходы за прибытие, СФА	462700	1219900	961800	1392500	391200	716000	-
Относитель- ные весасегмент ы, %	12	18	4	6	6	6	52,74
заезды	25179	37768	8393	12589	12962	12962	109853
Общие рас- ходы, Миллионы СФА	11650	46073	8072	17531	5071	9281	97678
Поделиться в общие расход%	12	47	8	18	5	10	100

Изменение потребительского ассортимента и целевого роста к 2016 году увеличится на 70% сумма общих расходов, которая увеличится с 98 до 169 млн. долларов.

11. Продолжительность пребывания.

Средняя продолжительность пребывания международных посетителей в 2016 году составляет 15 дней. Длительности имеют четыре типа: один, два, три и четыре недели. Пребывание для удовольствия немного длиннее среднего (18 дней) в отличие от командировок (11 дней). Это связано с

отдаленностью основных рынков, которые делает Мали средним местом назначения, если не дальним. Существует мало рисков, которые это изменятся в будущем, независимо от улучшения обслуживания или эволюции рынков эмитентов. Маловероятно, что тенденция к сокращению продолжительности пребывания значительно влияет на Мали.

По тем же причинам представляется трудным предусмотреть продолжительность в особенности для прибыльных клиентов, чья доступность в непрерывные дни отпуска ограничена.

Возможности увеличить экономические выгоды от туризма путем удлинения, поэтому пребывание остается низким. Это будет скорее вопрос сохранения продолжительности средние показатели пребывания на текущих уровнях.

12. Ежедневные расходы.

Можно предусмотреть увеличение средних ежедневных расходов, но не для всех сегментов клиентов или для всех статей расходов.

Клиенты премиального сегмента авантюристов в средствах могли больше тратить на проживание и питание, при условии, конечно, что предложение улучшено. Возможности также следует оценивать на стороне повышения тарифов, направляющих и посещающих общин. Мы можем думать, что хорошая часть туристов, посещающих Мали, чувствительны к ценностям устойчивого туризма и социальных проблем страны и понимают, что расходы на этом уровне имеют больше, чем шанс напрямую добраться до бедных.

Поэтому мы могли бы стремиться увеличить расходы немного среднего числа туристов, особенно в сегменте элитного жилья.

Повышение уровня туристической активности в стране неизбежно создание рабочих мест в секторе. Данные отсутствуют, чтобы оценить в настоящее время количество рабочих мест, создаваемых туризмом, и его увели-

чение возможно, после реализации стратегии.

Эффективность борьбы с бедностью.

Целью является руководство воздействием туризма на сельские общины. Поэтому мы стремимся максимизировать:

- покупки, производимые непосредственно у людей, проживающих в сельской местности или сельских общин;
- рабочие места, созданные в сельских районах;
- возможности создания местных предприятий.

Руководящие принципы.

Устойчивый туризм ориентирован на развитие туризма, которое сохраняет культурную целостность, экосистему и биологическое разнообразие, что приводит к экономическому и социальному развитию общин.

Устойчивый турист хочет быть солидарным и «ответственным». Из Устава следует устойчивый день туризма, вдохновленный Рио-де-Жанейрской декларацией по окружающей среде и развития и принята в 1995 году на Всемирной конференции по туризму прочная встреча в Лансароте.

Руководящие принципы, предложенные для развития малайского туризма, поэтому следующие.

1. Уважение целостности культур. Встреча и сожительство населения из среды обитания радикально отличающиеся, подразумевают риски на уровне социальной структуры и культурный фон принимающего населения:

- потеря личности;
- утрата традиций, которые могут привести к фольклоризации этнических групп;
- нарушение социальной сети, приводящее, например, к выходу из школы молодые люди за привлечение туристов, кражи или проституция;
- небрежность в сохранении наследия, ухудшение места также

разграбление культурных ценностей.

Поэтому развитие туризма должно сопровождаться руководящими принципами. Как для туриста, так и для принимающего населения эти маяки должны быть ориентированы на уважение и укрепление местных культур, а также на поддержание социального и культурное равновесие.

2. Долговечность туристического продукта.

Массивная модель туризма, характерная для прошлого века, была по существу краткосрочный рост за счет долгосрочного роста, максимальное использование до исчерпания пункта назначения или продукта.

Долговечность малийского туристического продукта имеет важное значение для будущих поколений. Поэтому малийский продукт не следует рассматривать как просто потребительский товар, а скорее, как ценный актив и актив. Мы будем влиять на объем и характер спроса на туризм за счет развития:

- туристического продукта, который максимально сохраняет свою индивидуальность и его уникальность;
- туристического продукта, учитывающего абсорбционную способность окружающей среды.

3. Защита окружающей среды.

Усилия по планированию туризма должны включать понятие защиты окружающей среды, экологических процессов, экосистем и биоразнообразия. Это приведет к минимизации и постоянному управлению воздействием окружающей среды.

4. Активное участие местных общин.

Слишком часто местное сообщество не участвует в развитии туризма его собственной среды, будучи только зрителем. Чтобы положительно повлиять на развития Мали на устойчивой основе, необходимо обеспечить поддержку и участие сообщества.

Понятия о совместной работе, партнерстве, совместной разработке должны будут в сообществах, ориентированных на развитие туризма. Эти понятия необходимо будет перевести на разработку конкретных средств, таких, как лучший доступ к основным услуг и инфраструктуры, местных демократических структур или создания сетей между партнерами.

Прозрачность принятия решений и финансовые операции будут иметь решающее значение за успех этого участия.

Нынешняя организация туризма в стране Догон интересна в этом отношении: она показывает, что страна способна создать способ организации туристического сообщества, ориентированного на оптимизацию местных преимуществ.

5. Равноправное распределение выгод.

Прибыль от туризма часто распределяется неравномерно. Развитие туризма в южных странах часто связано с импортом масса товаров, репатриация прибыли, сделанных инвесторами иностранцами. Амортизация долга, заключенного за пределами страны, генерирует ставку репатриации иностранной валюты, которая не выгодна принимающей стране. Для того, чтобы обойти эту ситуацию, развитию туризма придется уделять первоочередное внимание торговля которых выгоднее для Мали. Следует сосредоточить внимание на местном контроле и участии в целях улучшения совместное использование выгод, будь то местный найм, местная покупка или локальное перераспределение операционных доходов.

Туристическое предложение должно быть интегрировано в местную экономику, будь то на уровне общественного питания, ремесел или услуг.

6. Облегчающая роль государства и синергия с частным сектором.

Помимо своей суверенной роли государство должно установить условия для динамичного развития туризма. Поддержка инвестиционных проектов важна, будет ли она разыгрываться на местах или через программы

помощи и стимулы. Индивидуальные и общественные бизнес-инициативы не должны сдерживаться бюрократией или бездействием. Устранение препятствий для малийского предпринимательства имеют решающее значение.

Более того, действие должно быть объединено между общественностью и частным сектором, речь идет о разработке предложения или коммерческого продвижения.

2.3. Характеристика туристских потоков в Мали и сегментация туристского рынка

Сегментация рынка (характеристики по сегментам с точки зрения мотивации, деятельности и т.д.). Несмотря на их ограничения, предыдущий анализ показывает сегментация клиентов.

Эта сегментация касается только туристических потоков, которые могут быть напрямую зависят от стратегии развития туризма. Итак, мы отложили деловые поездки за исключением MICE путешествия и путешествия с семьей и друзьями. Один сосредоточится на путешествиях для удовольствия и путешествий MICE тип.

Туризм в Мали по сути является культурным, то есть основанным на культуре, образе жизни разных социокультурных групп и мифах, которые они поддерживают. Догонская страна по-прежнему является самым привлекательным туристическим центром. За ним следуют Дженне, Тимбукту и Мопти, все мифические города.

Наряду с этим доминирующим культурным туризмом существуют и другие формы, такие как:

- экотуризм (например, посещение мест для размножения птиц, национальные парки и заповедники и т. д.);
- речной туризм, практикуемый на реках Нигер, Сенегал и Бани;

- пустынный туризм проходит в Сахаре в северной части Мали;
- фестиваль туризм, каждый год многие посетители принимают участие во все более и более фестивали, но самыми престижными являются Фестиваль-сюр-Нигер, Фестиваль пустыни Исфахане, переправы в Диафараве, Фестивали от Kaues и т. д.
- религиозный туризм становится все более популярным среди людей, которые находят там практический способ примирения религии и культуры и культуры;
- охотничий и рыболовный туризм и спортивный туризм.

Деловой туризм включает в себя подмножество встреч, конференций, выставок и разведывательных поездок на английском языке MICE для «Встречи, Стимулы, Конгрессы, Выставки». Он характеризуется малоподвижным образом жизни (большинство посетителей бизнеса остаются в своем месте назначения), относительно коротким сроком пребывания и более высоким уровнем потребления. Эти характеристики более заметны для под сегмента MICE, эволюция которого зависит от экономической активности страны. Этот сегмент в основном направлен на Бамако и представляет собой первую причину для туристов, посещающих Мали, как показано в следующей таблице, которая показывает относительную долю каждого сегмента в общем количестве посетителей в Мали.

Отдых включает религию и паломничество, культуру и исследования. Он имеет трансверсальный характер, потому что его могут практиковать туристы, отправляющиеся в Мали для деловых или семейных, или дружеских визитов. Однако это замечание, справедливое и для Западной Африки, указывает на наличие значительных пределов прогресса в этом сегменте, который далек от насыщения. Действительно, этот сегмент является домом для самых перспективных под сегментов малийского туризма, а именно религиозного туризма и культурного туризма.

Первое усиливается непрерывным увеличением числа паломников, направляющихся в святые места Мекки, но также и особенно недавнего и очень впечатляющего развития «Зихара» этих посещений воспоминаний о святых местах, имеющих сильную культурную коннотацию вне религии.

Вторая – туристическая форма, которую пропагандирует Мали. Действительно, выбрав позицию, выраженную подписи «Мали, подлинная Африка», Мали намерена подчеркнуть глубину и подлинность своей тысячелетней культуры, которая делает ее уникальной. Более того, опрос, проведенный Кабинетом ДАА, показывает, что посетители, которые отправляются в Мали в поисках подлинности, в целом довольны культурными продуктами («посещений деревень и мест, художественных и музыкальных событий»), которые им предлагаются.

Семейные и дружеские визиты. Семьи и дружеские визиты являются наименее многочисленными и осуществляются соседними странами в Мали и, в более общем плане, в африканских странах .

Сегодня из-за кризиса эта форма туризма набирает силу. Действительно, туроператоры и хозяин гостиницы предпочитают местный туризм как альтернативу отступлению туристов из западных стран. Стимулы - это те, которые обсуждались выше (снижение ставок, участие водителей такси и т. Д.). Разработка новых продуктов и новых рынков.

Туристы, посещающие Мали, приходят по важности из Франции, стран, граничащих с Мали, остальной частью Западной Европы, Северной Америки и остальной Африки. В следующих таблицах 2.11 и 2.12 указаны поступления в Мали по странам и регионам происхождения.

Таблица 2.11

Распределение иностранных посетителей по континентам в аэропорту

Бамако Сену 2015-2017 гг.

континент	2015г	2016г	2017г
-----------	-------	-------	-------

	эффе- ктивный	%	эффе- ктивный		эффе- ктивный	%
Африка	63063	41,41	66291	39,35	74260	35,65
Америка	9749	6,40	12977	7,70	20946	10,05
Азия	7249	4,76	10477	6,22	18446	8,85
Европа	71371	46,86	74599	44,28	82568	39,64
Другой	863	0,57	4094	2,43	12064	5,79
Общей	152295	100%	168438	100%	208284	100%

Хотелось бы отметить, что 40% туристов, посещающих Мали, приезжают из Западной Европы. Это объясняется причинами, связанными с историей (Франция является бывшей колонизирующей столицей Мали). За ней следуют Африка 36%, соседние с Мали страны, а именно Сенегал, Кот

Берег Слоновой Кости, Буркина-Фасо, Гвинея и Нигер. Затем и из Северной Америки – 10% (США и Канада), 8% – Азия.

В докладе вводится особенность, подчеркивая долю малийцев, проживающих за рубежом, которая составляет 6%. Это замечание важно, потому что оно дает точное представление о численной важности малийцев из-за рубежа, и все это поможет лучше решить проблемы, связанные с эмиграционным бассейном, который является регионом Кайес, третьим пунктом назначения, выбранным Программой.

Поступления в Мали по странам и регионам происхождения

Прибытие в Мали по странам происхождения – оценка		
Страна происхождения	Прибытие 2016 г., чел.	%
Франция	55200	33%
Сенегал	13400	8%
Берег Слоновой Кости	12500	7%
Буркина-Фасо	8700	5%
США	7800	5%
Испания	6100	4%
Нигер	6000	4%
Гвинея	5700	3%
Канада	3300	2%
Италия	3300	2%
Германия	2900	2%
Южная Африка	2800	2%
Бельгия	2800	2%
Конго	2500	1%
Нигерия	2100	1%
Итого 15 лучших	133100	80%
Общий	168400	100%

Наглядно поступления в Мали по странам и регионам происхождения представлено на рисунке 2.3.



Рис. 2.3. Распределение посетителей по национальности

Из представленного рисунка видно, что 33% туристов, посещающих Мали, приезжают из Франции. Это объясняется причинами, связанными с

историей (Франция – бывшая колонизирующая мегаполис Мали). За ним следуют соседние страны Мали, а именно Сенегал, Кот

Кот-д'Ивуар, Буркина-Фасо, Гвинея и Нигер. Затем пришли в порядок страны Западной Европы (Испания, Италия, Германия, Бельгия) и Северная Америка (Соединенные Штаты и Канада).

В докладе представлена особенность, в которой подчеркивается доля проживающих за рубежом малийцев, что составляет 10%. Это замечание важно, поскольку оно дает точное указание на численное значение малийцев из-за рубежа, все, что позволит лучше решать проблемы, связанные с бассейном эмиграции, который является регионом Кайес, третьим пунктом назначения, выбранным Программой.

Поскольку Мали – тропическая страна, туристический сезон делится на два основных периода. Большой туристический сезон, который совпадает с европейской зимой, идет с ноября по февраль. Небольшой туристический сезон соответствует сезону дождей в Мали и летом в Европе, он идет с июля по сентябрь. Тем не менее, прибытие в течение всего года, даже если темп меняется в зависимости от сезона, как показано в таблице ниже (табл. 2.13).

Таблица 2.13

Распределение ежемесячных входов иностранных посетителей
в аэропорту Бамако Сену 2015-2017

Месяц прибытия	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	эффектив- ный	%	эффе- ктивный	%	эффе- ктивный	%
Январь	15968	10,48	17313	10,27	20633	9,90
Февраль	15785	10,36	17130	10,16	20450	9,81
Март	12785	8,39	14130	8,38	17450	8,37
Апрель	12040	7,90	13385	7,94	16705	8,02
Май	11330	7,43	12675	7,52	15995	7,67
Июнь	12053	7,91	13398	7,95	16718	8,02
Июль	15397	10,10	16742	9,93	20062	9,63
Август	17414	11,43	18759	11,13	22079	10,60
Сентябрь	9175	6,02	10520	6,24	13840	6,64
Октябрь	11780	7,73	13125	7,79	16445	7,89
Ноябрь	12373	8,12	13718	8,14	17038	8,18

Декабрь	6195	4,06	7543	4,47	10869	5,21
ОБЩИЙ	152295	100%	168438	100%	208284	100%

Согласно тому же сообщению, приведенному выше, американцы проводят в среднем 19 дней в Мали, европейцы живут меньше в среднем за 17 дней, за ними следуют французы с 16 днями. Что касается африканцев, они остаются дольше со средней продолжительностью 23 дня, а малийцы с 54 днями – это посетители, которые больше всего живут. Средняя продолжительность пребывания международных посетителей составляет 15 дней (табл. 2.14).

Таблица 2.14

Продолжительность пребывания (причина)

причина	Средняя продолжительность пребывания, дней
бизнес	11,3 дне
утверждение	18,1 дне
Семья и друзья	17,1 дне
другой	14,6 дне

Пробывание для удовольствия немного дольше, чем в среднем, в отличие от бизнеса остается. Средняя продолжительность деловых поездок достаточно долго, вероятный индикатор низкой доли MICE остается международный, обычно короткий.

Продолжительность пребывания также варьируется в зависимости от страны происхождения. Две основные переменные влияние: поведение при путешествии по причине, которая может быть специфичной для конкретной страны (это зависит от расстояния, доступного времени, конкурирующих предложений) и относительная доля бизнеса / удовольствия / семьи и друзей.

Что касается расходов, то эти показатели представлены в таблице 2.15.

Туристы, которые использовали экскурсию, провели в среднем

1,340,600 CFAF (2322 \$), чтобы прибыть в Мали. Однако для этого типа поездки некоторые заплатили менее 500 000 (11%), в то время как другие потратили 2 000 000 и более (9%). Независимые туристы потратили в среднем 658 506 FCFA (1140\$), чтобы прибыть в Мали. Поэтому они заплатили вдвое меньше, чем те, кто прибыл через туристический пакет.

Таблица 2.15

Суммы, потраченные на прибытие в Мали

Показатели	Количество посетителей	проценты
Организованный тур (расходы в \$)		
Меньше чем 500 000	14	11%
500000 - 1000000	25	20%
1000000 - 2000000	77	60%
2000000 или более	11	9%
Общий	127	100%
Средняя сумма	1340600 cfa или (2322\$)	
Независимые поездки (расходы в \$)		
Меньше чем 25000	49	11%
25000 – 500000	172	39%
500000 – 1000000	164	37%
1000000 или более	56	13%
Общий	441	100%
Средняя сумма	658506 CFA или (1140\$)	

Помимо среднего количества 658 506 FCFA, независимые туристы, которым приходилось платить менее 500 000, так же многочисленны (50%), как те, кто заплатил больше этой суммы (50%). В дополнение к расходам, понесенным для завершения поездки, посетителей спрашивали о финансовых расходах на товары и услуги, которые они потребляли в Мали.

3. Разработка стратегии развития туристического сектора Мали

3.1. Формирование современного туристического продукта

В данном разделе будет представлена оценка достопримечательностей и туристических мест, которые предлагает Мали, его регионы и их организация в цепи.

Цель здесь не состоит в том, чтобы идентифицировать эти достопримечательности и места, потому что это исследование было выполнено несколько раз, как малийской администрацией, так и туристическими гидами. Идентификация Мали представлена в приложении с соответствующей картой.

В большей степени, это вопрос анализа спроса и предложения, то есть сравнения и расставления приоритетов по достопримечательностям с точки зрения туристических предпочтений и конкурентной борьбы. Стоит отметить, что каждая достопримечательность является индивидуальной. Некоторые из них настолько велики, что сами по себе могут смотивировать туриста к посещению данного города и являться «местом назначения». Другие достопримечательности меньшего масштаба, но, тем не менее, они имеют значимый опыт, который будет полезен для заказчика. Проводимая оценка не должна быть оптимистичной, так как ее задачей является отражение точных суждений.

Формирование нового турпродукта последовательно проходит через следующие этапы:

– генерирование идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и постоянного спроса; эта работа должна проводиться постоянно, ибо в туризме мода, привязанности, предпочтения часто меняются;

– разработка концепции нового турпродукта – заключается в придании ему конкретных потребительских свойств, соответствующих спросу целевого

рынка и материально-техническим и финансовым возможностям турфирмы; имеется в виду выбор маршрута, программы, вида туризма, набора и классности услуг;

– пробный маркетинг, означающий продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения к нему потенциальных покупателей, а также выявления и устранения возможных недостатков; чаще всего это исследование проводится при проведении ознакомительного тура для турагентств – партнеров данного туроператора;

– коммерциализация данного турпродукта, заключающаяся в организации его массовой продажи.

На территории Малийского государства осуществляется семь типов туризма:

– экотуризм (например, посещение национальных парков и заповедников, орнитология);

– речной туризм;

– пустынный туризм;

– фестиваль туризма;

– религиозный туризм;

– охотничий и рыболовный туризм;

– спортивный туризм (например, треккинг, скалолазание).

Основной (обязательный) комплекс услуг, содержащийся в туре, также называют туристическим пакетом. Туристический пакет включает четыре обязательных элемента: туристический центр, транспорт, услуги размещения, трансферт (услуги по перевозке туриста от места его прибытия в страну до места размещения и обратно).

К дополнительным услугам относятся: услуги по организации экскурсий, страхованию туристов, услуги гидов и гидов-переводчиков, трансфер, а также любые другие перевозки в пределах страны (места вре-

менного пребывания), предусмотренные условиями пребывания, услуги по ремонту техники, по прокату, обмен валюты, телефон, почта, услуги бытового обслуживания, право пользования пляжем и т.п.

Республика Марий Эл имеет все предпосылки для развития туризма в целом, так и культурных событий на данной территории.

Привлекательным фактором развития сферы туризма Республики Марий Эл являются благоприятные природно-климатические, экологические условия (наличие национального парка «Марий Чодра»), географическое месторасположение республики, а также уникальность культурного наследия марийского народа, сохранившего не только традиции и обычаи, но и древние языческие верования, которые во многом являются визитной карточкой республики.

Кроме того, традиции и обычаи Марийского края можно превратить в культурные события туристской инфраструктуры, которые будут являться базой для развития событийного туризма.

В рамках культурных событий данного региона можно выделить различные массовые мероприятия, которые являются неотъемлемой частью населения.

Это фестивали, национальные праздники, выставки, музыкальные мероприятия, которые ежегодно проводятся на территории города Йошкар-Олы или близлежащих ее городах – Козьмодемьянск, Волжск и Звенигово. В качестве примера развития культурных событий можно привести фестиваль раннесредневековой культуры «Аламнер», фестиваль юмора и сатиры «Бендериада», а также национальный праздник «Пеледыш пайрем», которые идеально вписываются в концепцию развития туризма в Республике Марий Эл. Для успешного развития и функционирования регионального туристского мероприятия необходимо разрабатывать и внедрять новые куль-

турные события или продвигать уже устоявшиеся события в пределах республики.

Зачастую успех события обусловлен тем, как полно будут учтены такие факторы, как место проведения фестиваля, конкуренция, погода, цена и как привлекаются потенциальные посетители. Так важным фактором для проведения мероприятий по продвижению культурных событий является привлечение потенциальных посетителей. Для того чтобы они были вовлечены в событие региона, можно пригласить известных людей. Достоянные внимания известные персоны повысят степень доверия к событию, и тогда потребители воспримут событие с большей для них ценностью. Приглашение VIP-персон поможет полностью охватить целевую аудиторию, поскольку внимание средств массовой информации всегда направлено на известные персоны. При продвижении фестивалей, праздников и выставок настоящий успех можно достичь путем объединения достоинств рекламы, промо-акций и связей с общественностью.

Для выбора правильных инструментов маркетинговых коммуникаций целесообразно учитывать плюсы и минусы отдельных инструментов маркетинга для того, чтобы в комплексе они взаимодополняли друг друга. Необходимо одновременно запустить рекламную кампанию и кампанию по связям с общественностью: реклама осведомит потребителей о событии, связи с общественностью усилят это влияние. В некоторых случаях в рекламе может быть информация о предстоящих промо-акциях.

Так при успешном продвижении культурных мероприятий можно привлечь не только жителей республики, но и туристов из соседних регионов, гостей из других субъектов Российской Федерации, а в перспективе – иностранных туристов. Таким образом, культурные события как особый продукт туризма имеют все шансы стать визитной карточкой региона, и занять значимое место на территории страны.

Эти выводы подтверждаются результатами опроса посетителей. В следующей таблице 3.1 представлены факторы, мотивирующие туриста посетить Мали.

Иностранных туристов сюда влекут красота природных ландшафтов, легендарные города и древние центры науки и торговли золотом Гао, Дженне (один из самых древних городов в Западной Африке) и Томбукту, хорошие условия для спортивной рыбалки, а также самобытность культуры местных народов. С конца 1990-х страну ежегодно посещают около 100 тыс. иностранных туристов, а доход от туристического бизнеса составляет в среднем 90 млн. долл. США в год.

Таблица 3.1

Мотивирующие факторы туризма в Мали

№ п/п	Факторы	Очень важно
1	Культурное наследие	47%
2	Охрана и безопасность	33%
3	Рекомендации, друзья или книги	27%
4	Мали говорит по-французски	27%
5	Религиозные и исторические места	25%
6	Природа и растительность	17%
7	Сельский туризм или сельское хозяйство	16%
8	Хорошие погодные условия	14%
9	экотуризм	14%
10	Интересные цены	13%

Развитие индустрии туризма тормозится недостаточной развитостью транспортной и гостиничной инфраструктур. Наиболее благоприятный период для посещения страны – сухой прохладный сезон (ноябрь-февраль). В 2000 страну посетили 91 тыс. иностранных туристов, доходы от туризма составили 50 млн. долларов США.

Для посетителей страны Нигер предлагает великолепные и нетропические речные суда, большинство из которых были построены ещё в 20-х годах XX века на европейских верфях специально для туризма. Большинство

путешественников находит поездку очаровательной, это один из лучших способов увидеть «интерьер» страны, не особенно страдая от особенностей её климата [1].

Основная особенность туризма в Африке заключается в том, что возможности континента не совсем известны не только туристам, но и туркомпаниям. Существуют стереотипы, что Африка – это что-то неблагоприятное с точки зрения здоровья и инфраструктуры, что не совсем соответствует действительности. В странах континента много первоклассных отелей, в том числе и категории VIP, широкие возможности для активных и экстремальных видов отдыха. Африка в целом, действительно, пока отстает в международном туризме. К числу факторов, которые затрудняют развитие туризма в регионе, относятся низкий экономический уровень большинства африканских стран, слабо развитые туристская инфраструктура и сухопутная транспортная сеть, отсутствие развитого внутреннего туризма, который «прокладывает дорогу» международному, наличие множества «горячих точек», территориальных притязаний и проблем между странами, что дестабилизирует обстановку и снижает уровень безопасности в туризме. В некоторых районах Африки на развитие туризма отрицательно влияют такие природные особенности, как чрезмерная жара или влажность воздуха.

Стремительное развитие туризма в Африке объясняется тем, что приезжие получают хорошие условия, а именно:

- богатая местная флора;
- разнообразие и экзотичность фауны;
- хороший сервис в гостиницах;
- мягкий климат весь год;
- побережья с отличными пляжами;
- удачное расположение материка;
- большое количество культурных памятников;

– множество исторических достопримечательностей.

Сегодня Южно Африканская Республика занимает одно из лидирующих мест в мире по уровню въездного туризма. Туризм в ЮАР развивается и привлекает все больше и больше искателей приключений. Путешественники со всего мира стремятся в страну, предлагающую уникальное сочетание яркой африканской экзотики и развитой инфраструктуры. Здесь есть все: роскошные отели, великолепный сервис, прекрасные дороги и в то же время увлекательное сафари, удивительные флора и фауна, ни с чем несравнимые пейзажи. Удивительная Африка приготовила для Вас много сюрпризов: дайвинг, рафтинг, сафари, охота, лучшие в мире поля для гольфа и уникальные Rovos Rail и Blue Train (пятизвездочные гостиницы-поезда).

С января по сентябрь минувшего года ЮАР посетили 9,5 миллиона иностранных туристов, на 10% больше, чем годом раньше. Цель страны - к 2020 году войти в двадцатку самых популярных туристических направлений мира. Россия, к слову, занимает по этому показателю девятое место [9]. Развитие международного туризма представлено на рисунке 3.1.

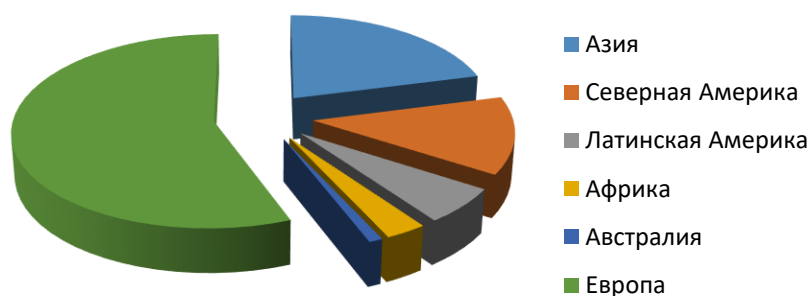


Рис. 3.1. Развитие международного туризма

На основании проведенного социального опроса были выявлены основные факторы, препятствующие развитию туризма в стране (рис. 3.2).

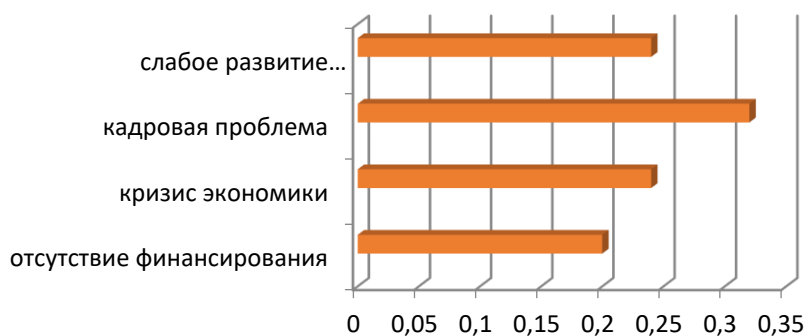


Рис. 3.2. Проблемы, препятствующие развитию туризма

В заключении хотелось бы отметить барьеры для развития туристической отрасли в республике Мали.

1. Транспортные проблемы. Развитие въездного и внутреннего туризма во многом зависит от высоких цен на внутренние авиаперевозки.

2. Проблема сбора и анализа статистической информации о внутреннем туризме.

3. Низкий интерес инвесторов к туристам обусловлен, в частности, низкой рентабельностью инвестиций в туризм. Инвесторы могут вкладывать больше средств в строительство жилых комплексов, а не в туризм и быстрее возмещать расходы.

4. Низкий уровень «культурного отдыха». «Культура отдыха» («культура туризма») является качественным аспектом сектора туризма и предполагает, что все участники индустрии туризма понимают свою роль и место, социальную, необходимость разработки модели социального поведения для рационального использования свободного времени при развитии высокого уровня взаимоотношений, туризма в современном обществе, здравоохранения и туризма.

5. Низкий уровень обслуживания. Ситуация с качеством услуг связана с историей развития гостиничного и туристического бизнеса страны, а также

проблема низкого уровня обслуживания также связана с нехваткой квалифицированных кадров.

6. Слабое продвижение туристического продукта в стране. Причиной этому является слабая реклама и продвижение туристических направлений, а также недостаточное использование современных технологий, отсутствие единого портала туристических услуг, содержащего информацию о туристических направлениях каждого региона.

7. Индустрия туризма развивается неравномерно. Республика в настоящее время недостаточно ориентирована на туризм и не стремится создавать интегрированный туризм, который предлагает различные варианты отдыха для региона. Туристам интересно увидеть комбинацию многогранных поездок, которые сейчас особенно популярны. Важно предусмотреть варианты отдыха в этом районе на несколько дней или неделю с учетом посетителя.

Таким образом, необходимо, чтобы Мали стала привлекательной туристической зоной не только как всемирно известный культурный центр, не только как страна с богатой историей и памятниками природы, но и как объект для туристов, очевидно, что необходимо активно формировать новый привлекательный образ страны как территории для комфортного отдыха и оздоровления. В связи с этим следует уделить серьезное внимание маркетинговой деятельности, в частности, продвижению бренда «Мали».

3.2. Стратегические приоритеты развития инфраструктуры туризма в Мали

Развитие туризма в республике не представляется возможным без наличия определенных туристских ресурсов. Прежде чем развивать туризм в рамках дестинации, необходимо провести анализ ресурсного потенциала региона, определить перспективные направления отдельных видов туризма.

Для этого необходимо, в первую очередь, проанализировать преимущества территории с точки зрения туристской привлекательности, определить профильные и дополнительные виды туризма, выявить ключевые проблемы, тормозящие развитие туризма, определить параметры развития туризма в дестинации, а затем определиться с перспективным направлением туризма в рамках данной территории.

Аттрактивность дестинации создается под влиянием различных факторов к которым относятся природные, технологические, социальные, экономические, инфраструктурные, увязанные в единый комплекс. Разнообразие ландшафтов, климатических условий, культурного наследия создают предпосылки для развития различных видов туризма: познавательного, пляжного, делового, спортивного, оздоровительного и других видов туризма. Туристский район обладает определенными признаками аттрактивности, обеспечения туристской инфраструктурой и системой организации туризма. Где тесно взаимосвязаны между собой туристско-рекреационные комплексы включая лечебные, оздоровительные предприятия, обслуживающие и сопутствующие отрасли (торговли, транспорта, общественного питания, бытовые, спортивные, экскурсионные объекты, сувенирное производство).

На основании проведенного анализа источников многих авторов мы пришли к единому выражению туристского потенциала, делая акцент при этом на какой-либо объект (территорию), тем самым выделяя данную дефиницию как соовзаимосвязь отведенных к данному объекту (территории) условий природного характера, а также тел, явлений, условий, возможностей и средств, которые будут являться значимыми для формирования обозначенного продукта и формирования и проведения соответствующих туров, экскурсий, программ [19, С. 45].

В настоящее время экономика располагает некоторыми методиками оценки природно-рекреационных ресурсов, одной из самых распро-

страненных следует выделить оценку степени благоприятности различных параметров для рекреационного использования.

Любые критериальные показатели возможно оценить путем сравнения, через оценку фиксированного набора имеющихся компонентов потенциала, большую ответственность при расчетах возложить при этом на расчет итоговой оценки качественных шкал в их балльной форме, используя при этом сравнительную оценку необходимого числа объектов, четко обозначая территориальные рамки сравнения [17, 18].

В ходе исследования предлагаем использовать методику покомпонентной оценки природных комплексов Белгородской области, где предлагаем оценку природных рекреационных ресурсов путем использования трехбалльной шкалы. Для их характеристики были взяты следующие критерии оценки:

- 3 балла – высокий уровень благоприятности;
- 2 балла – средний уровень;
- 1 балл – низкий уровень благоприятности.

$$\text{ЛРП} = \text{ОР} + \text{ОВК} + \text{ОК} + \text{ОЭП} + \text{ОПТ} \quad , \quad (1)$$

где ЛРП – ландшафтно – рекреационный потенциал;

ОР – оценка литогенной основы;

ОВК – оценка водного компонента;

ОРП – оценка растительного покрова;

ОК – оценка климата;

ОЭП – оценка визуально-эстетического потенциала;

ОПТ – оценка числа ООПТ.

Ландшафтно-рекреационный потенциал республики Мали представлен на рисунке 3.3.

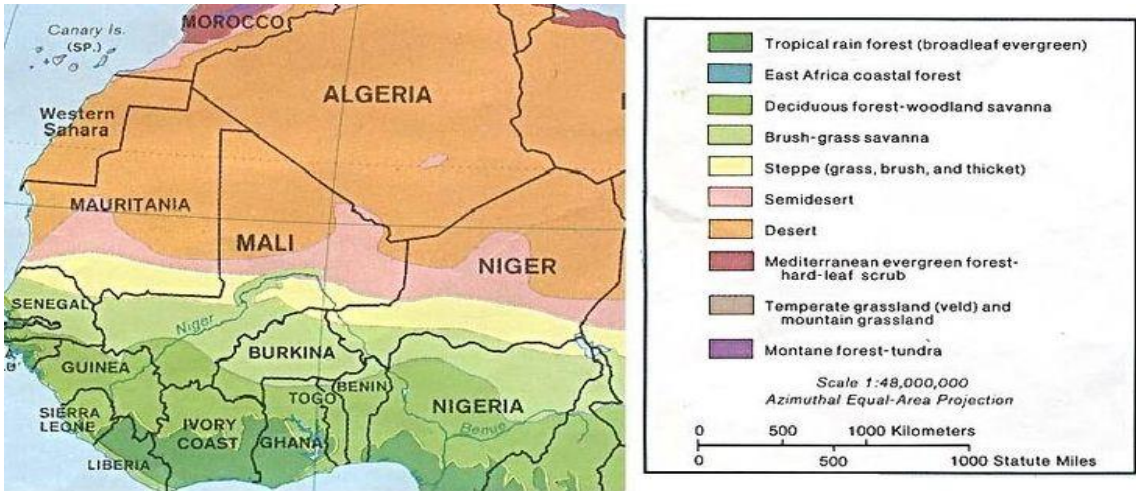


Рис. 3.3. Ландшафтно-рекреационный потенциал республики Мали

Для оценки туристско-рекреационного потенциала основными компонентами являются природные ресурсы. К ним относятся: климатические ресурсы, ландшафты, гидроминеральные, растительные ресурсы, а также особо охраняемые природные территории.

Уровень комфортности при посещении рекреации определяется, прежде всего, природно-климатическими ресурсами. Биоклиматические ресурсы республики Мали представлены на рисунке 3.4.

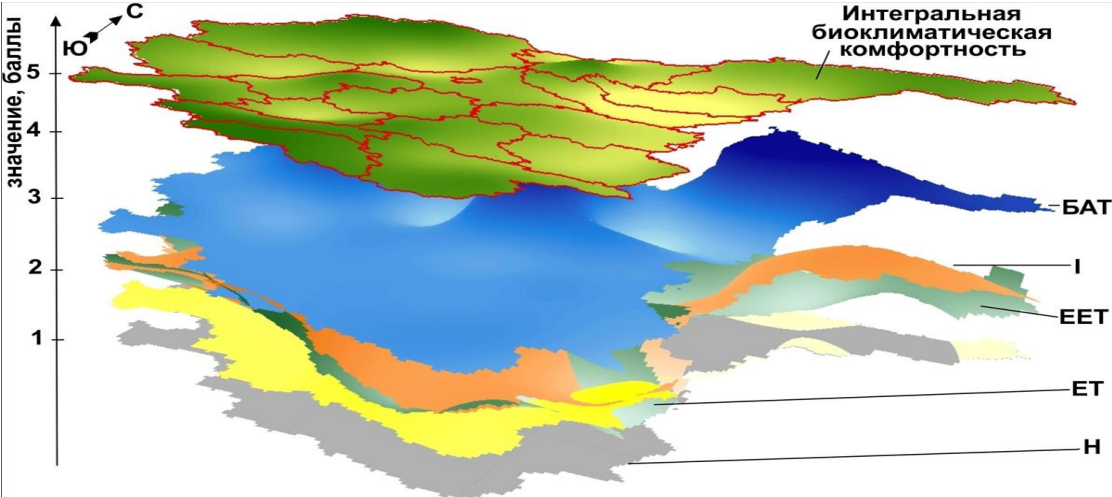


Рис. 3.4. Биоклиматические ресурсы республики Мали

Хотелось бы отметить, что Мали – страна пустынь и саванн, отли-

чающаяся чрезвычайно выровненным рельефом. Средние высоты на большей части территории – 200-300 м. Окраинные возвышенности и горные массивы (Мандинго, Хомбори, Бандиагара, Адрар-Ифорас) занимают менее 10% площади.

Предварительные геологические исследования позволили установить, что недра Мали таят в себе разнообразные полезные ископаемые: золото, алмазы, бокситы, руды железа, марганца, полиметаллов, молибдена, меди, урана и т. д., а также многие нерудные ископаемые (фосфориты, мрамор, гипс и др.). Но промышленной оценки большинства месторождений нет, и практическая ценность их остается пока неизвестной.

Климат страны тропический, континентальный, жаркий и сухой. Круглый год держатся высокие температуры (среднегодовая – 28-29°). Даже в самый прохладный месяц, январь, средняя температура не падает ниже 20°. С ноября по июнь господствует северо-восточный ветер харматтан. Он несет с собой зной пустынь и иссушает все на своем пути: мелеют и высыхают реки, желтеют травы, опадают листья. Только с июня-июля по октябрь преобладают юго-западные воздушные массы, несущие с Атлантического океана живительную влагу. Количество осадков и период дождей уменьшается по мере продвижения к северу: на юге осадков выпадает до 1500 мм в год, а на пустынном севере случаются годы, когда совсем не бывает дождей. Несвоевременное и недостаточное выпадение дождей нередко пагубно отражается на сельском хозяйстве. Так, с 1968 по 1973 г. в Мали свирепствовали тяжелейшие засухи и население отдельных районов находилось в бедственном положении.

В Мали различают три сезона: сухой прохладный, сухой жаркий и дождливый.

Наиболее приятное время года – сухой прохладный сезон, который длится в среднем с декабря по февраль. Вечером, ночью и ранним утром сто-

ит освежающая прохлада, днем же, температура может подниматься до 30 - 35°. Сухой жаркий период длится с марта до июня. Температура днем достигает 40 -45°; жара несколько спадает только к полуночи; но с утра снова жарко, а после полудня зной становится невыносимым. В сухой период свирепствует ветер харматтан. Дождливый сезон с июля по октябрь-ноябрь, но практически продолжительность его варьирует от семи месяцев на юге до одного дня на севере. Дождь обычно идет во второй половине дня или ночью, чаще всего в виде сильных ливней. Это страдная пора в жизни земледельцев: сезон дождей в стране единственный, урожай можно выращивать один раз в год, и все полевые работы падают именно на этот сезон.

Суданская саванна – земледельческий край. Поля злаков, превышающих рост человека и скрывающих разбросанные среди них хижины, – обычная картина в саваннах Мали. Природные условия благоприятствуют здесь выращиванию и многих однолетних культур: арахиса, хлопчатника, риса и т. д. Обилие трав, водопоев, довольно здоровый климат создают в этом районе благоприятные предпосылки для скотоводства. Многие крестьяне, отдавая предпочтение земледелию, держат и скот.

Совершенно особый район, небольшой по площади, но весьма своеобразный по природным. условиям, – внутренняя дельта Нигера. Она охватывает часть сахельской и суданской климатических зон и располагает весьма благоприятными условиями как для земледелия, так для скотоводства. Кроме того, район внутренней дельты Нигера – основной поставщик Рыбы в Мали.

Таким образом можно сделать вывод, что биотические ресурсы республики Мали имеют рекреационную ценность и могут способствовать развитию различных видов туризма.

В настоящее время, в обилии различных идей туризм относится к сложной экономической системе различных компонентов и

связан с такими факторами, как человеческие ресурсы, рекреационные объекты и организации, федеральные и местные законы, налоговые и гражданско-правовые организации. Признано, что туризм должен развиваться контролируемым, комплексным и устойчивым образом с применением разумных и эффективных принципов планирования.

Влияние на экономику региона и даже страны с ее структурной перестройкой, доказано с позиции спортивного туризма и влияние таких приоритетов как: социальные, с увеличением вклада в экономику и ее благосостояние имеющегося населения.

Многие теоретики и практики уже с научной точки зрения доказали, что туризм должен контролироваться и развиваться сложным и устойчивым образом с использованием разумных и эффективных принципов планирования. Эта политика позволяет туризму получать стимулы в регионе с точки зрения экономического развития, не вызывая серьезных экологических и социальных проблем и негативных последствий.

Необходимо сформировать местную туристическую индустрию на основе принципа устойчивого развития, чтобы сформировать механизм развития туристической зоны. Вопросы разработки механизмов, основанных на концепции устойчивого развития, имеют первостепенное значение, поскольку преобладающие услуги развития туризма связаны с природной средой, историческим наследием, туристическими достопримечательностями и мероприятиями, связанными с культурной моделью каждого региона. Ухудшение или даже разрушение имеющихся региональных ресурсов будет приводить к неконтролируемым последствиям и расформированию туристической зоны. Туристическая зона не будет привлекать туристов, и туризм не будет главенствующим.

Кроме того, инфраструктура туристической зоны может использоваться универсально для удовлетворения потребностей местных жителей и

туристов. Особое внимание уделяется разработке и принятию имеющихся законов, и усовершенствованию старых, которые могут служить руководством для принятия решений о дальнейшей судьбе туристического продукта в части его продвижения.

Имеющийся процесс формирования туристского потока должен быть гибкими и уметь приспосабливаться к элементам окружающей среды. Особенно строгий механизм на национальном уровне может не позволить имеющемуся механизму быть гибким в современных условиях. Даже если конкретная модель развития, способ и способ реализации поставленной задачи изменены, основная задача.

Главенствующим и основополагающим процессом устойчивого развития в любом регионе есть процесс, который перешел от планирования к принятию решений, то есть к все более действенному моменту планирования.

План показателей – это процесс формирования индикатора, который характеризует экономику и развитие страны в соответствии с национальной социально-экономической политикой и процессом разработки национальных методов измерения воздействия в социальных и экономических процессах для достижения установленных показателей.

Показатели экономической динамики, внешнеэкономических связей и экономических характеристик, колебаний цен, занятости, структуры и эффективности, финансового состояния, денежного обращения, рынка товаров и ценных бумаг, уровня жизни населения [10, 5].

Планирование показателей является наиболее подходящей формой рыночной экономики и формой национального планирования макроэкономического и среднесрочного экономического развития, применяемой во многих странах. План инструкций не является нормативным. Это включает в себя ограниченное количество четко структурированных планов и в первую очередь руководящих и консультативных.

В то же время необходимо учитывать влияние туризма на региональное развитие [36, 15], а именно необходимо учитывать, что:

- развитие туризма ведет к рациональному использованию природных ресурсов;
- в большинстве случаев туризм сохраняет местное биоразнообразие, потому что он не вызывает физического уничтожения в отличие от других видов биологических ресурсов;
- оставляет нетронутой культурную самобытную составляющую местных жителей;
- туризм является наиболее подходящей формой экологического образования;
- способствует восстановлению жизненных психических и физических сил и здоровья;
- поддержание индустрии туризма на должном уровне приводит к нерасформированию рабочих мест в экономике региона;
- способствует поддержанию смежных отраслей;
- положительное влияние экономического развития и регионального баланса является мультипликативным эффектом за счет оборота командировочных расходов, а также доходов от туризма в местных бюджетах.

В этих условиях изучение предпочтений потребителей туристских услуг республики Мали приобретает особое значение для развития туризма. Изучение потребителей туристских услуг, которые влияют на стратегию развития туризма Мали, можно проводить по следующим направлениям:

- изучение отношений потребителей к определенному виду услуг;
- изучение системы ценностей потребителей;
- изучение намерений потребителей;
- изучение предпочтений потребителей. Остановимся на этом направлении.

В качестве социологического метода нами было применено анкетирование. Анкета включала 12 вопросов для оценки туристских предпочтений в республике Мали. Основной целью проведения анкетирования являлось изучение предпочтений туристов для выявления направлений развития туризма. Было проведено очное анкетирование 125 респондентов на конец 2018 года.

Таким образом, наиболее привлекательные виды туризма представлены на рисунке 3.5.



Рис. 3.5. Распределение респондентов Мали по видам туризма

Как видно из рисунка 3.4, наибольшей привлекательностью у респондентов пользуются отдых, досуг и развлечения (42,5%) и наименьшим спросом – лечебно-оздоровительный вид (5%).

На территории республики Мали находятся не в достаточном количестве туристско-оздоровительные комплексы. В качестве предложений следует рассмотреть вопрос о создании в республике баз туристских оздоровительных комплексов. Это даст новый импульс к развитию социального туризма в республике Мали.

Ответы на вопрос «Чем привлекательна для развития туризма Мали?»

представлены на рисунке 3.6.



Рис. 3.6. Распределение респондентов по определению привлекательности Мали

Исходя из представленного рисунка видно, что наиболее привлекательны для туристов природные ландшафты Мали (31%), культурно-исторические и архитектурные памятники, что, несомненно, нужно учитывать в развитии различных видов туризма. Ответы на вопрос «Удовлетворяют ли Вас условия отдыха в вашем регионе?» представлены в приложении 1.

Условия отдыха оценивались туристами по десятибалльной системе: 1 – низший бал, 10 – наивысший.

Оценка удовлетворенности оказалась на среднем уровне по средствам размещения – 67 %, по наивысшей оценке – только 5 %, по низшей – 28 %. По предприятиям питания оценка удовлетворенности на низшем уровне 22 %, на среднем уровне – 67 %, наивысшая оценка – 11 %. По предприятиям развлечения оценка удовлетворенности в диапазоне от 4 до 7 баллов оказалась на 77,7 %, в диапазоне от 8 до 10 баллов – 22 %.

Полученные данные показывают, что в республике Мали имеются все виды ресурсов, способствующие развитию различных видов туризма, в том

числе и развлекательного.

Таким образом, Мали обладает необходимым природно-рекреационным потенциалом для развития туризма.

Как было выявлено нами в предыдущих главах работы, огромным плюсом для развития туризма в регионе является наличие материальной базы. Механизм функционирования рынка туристских услуг представлен на рисунке 3.7.



Рис. 3.7. Механизм функционирования рынка туристских услуг
(авторская разработка)

И чтобы и в дальнейшем развивать и должным уровнем формировать траекторию развития туризма, целесообразно сосредоточиться на конкретных группах потребителей туристических продуктов и установить поведенческую политику на рынке таким образом, чтобы полностью удовлетворить все потребности конкретного сегмента потребителей.

Создание предлагаемого нами механизма позволит работать с противоречиями, связанное с использованием определенного ресурса или целенаправленной области формирования.

Кроме того, инфраструктура туристической зоны может использоваться универсально для удовлетворения потребностей местных жителей и туристов. Особое внимание уделяется разработке и принятию имеющихся законов, и усовершенствованию старых, которые могут служить руководством для принятия решений о дальнейшей судьбе туристического продукта в части его продвижения.

Имеющийся процесс формирования туристского потока должен быть гибкими и уметь приспосабливаться к элементам окружающей среды. Особо строгий механизм на национальном уровне может не позволить имеющемуся механизму быть гибким в современных условиях. Даже если конкретная модель развития, способ и способ реализации поставленной задачи изменены, основная задача.

Заключение

Республика Мали – достаточно крупное государство в Западной Африке. Мали обладает огромными туристическими активами культурного богатства, основанное на сосуществовании и интеграции нескольких увлекательных этнических групп, имеет открытое и гостеприимное население, исключительный характер и ландшафты. Престижное историческое прошлое Республики (дом великих королевств и империй Ганы, Мали, Сонгай) и его привилегированное географическое положение в самом сердце Западной Африки в значительной степени способствовали богатству и разнообразию туристического потенциала Мали. Эти активы могут способствовать улучшению условий жизни населения, если они разрабатываются в перспективе устойчивого развития.

Наряду с этим доминирующим культурным туризмом в Мали существуют экотуризм, речной туризм, пустынный туризм, фестиваль туризм, религиозный туризм, рыболовный туризм и спортивный туризм, деловой туризм.

Однако сектор туризма сталкивается со многими проблемами, которые препятствуют его конкурентоспособности на международном уровне: низкий уровень и качество транспортной и коммуникационной инфраструктуры, связанной с туризмом, неадекватность качества объектов размещения и низкая квалификация персонала, которые формируют сектор туризма.

Первоочередной задачей для развития сферы туризма в Мали является становление туризма рычагом экономического и социального развития страны, увеличение вклад туризма в ВВП и сделать туризм фактором, способствующим сокращению бедности. Достичь данной цели власти Республики намерены с помощью «Стратегии развития туризма и план действий», которая была принята в июне 2010 года. Эта новая стратегия раз-

вития и сопровождающий план действий направлены на структурно меняющийся малайский туризм. Для этого необходимо, в первую очередь руководствоваться принципами развития туризма: уважение целостности культур, долговечность туристического продукта, охрана окружающей среды, активное участие местных общин, справедливое распределение экономических выгод, роль фасилитатором государства и синергизмом с частным сектором.

Стратегия туризма должна способствовать экономическому развитию страны и борьбе с против бедности. Это государственные проблемы, а не отраслевые. По более того, важно, чтобы министерства, помимо туризма и ремесел, были осведомлены о руководящих принципах развития, потому что согласованность и координация существенный. Последовательность является необходимостью, потому что турист, который посещает страну, находится в интерфейсе со всеми аспектами государственного управления. То же самое относится и к координации между секторальными действиями: было отмечено, что развитие туризма требует усилия на всех уровнях, транспорт, культура, окружающая среда, безопасность, налогообложение, продвижение инвестиции, деловой климат. Все правительство должно чувствовать себя вовлеченным в процесс разработки. Поэтому рекомендуется, чтобы стратегия и планы принят Советом министров и представлен Совету президентские инвестиции.

Наконец, реализация национальных туристических стратегий предполагает участие государственного сектора чем частный сектор. Государственный сектор регулирует и продвигает страну за рубежом.

Частный сектор разрабатывает предложение и является собеседником распределительных сетей, которые активируются внешними рекламными акциями. Эта стратегия была разработана вместе, в атмосфере серьезности и сотрудничества. Это состояние ума должно быть продолжит. Поэтому пра-

вительству рекомендуется создать совместный комитет государственно-частный для мониторинга реализации.

Наконец, реализация национальных туристических стратегий предполагает участие государственного сектора, чем частный сектор. Государственный сектор регулирует и продвигает страну за рубежом.

Частный сектор разрабатывает предложение и является собеседником распределительных сетей, которые активируются внешними рекламными акциями. Эта стратегия была разработана вместе, в атмосфере серьезности и сотрудничества. Это состояние ума должно быть продолжено.

Поэтому правительству рекомендуется создать совместный комитет государственно-частный для мониторинга реализации.

Полученные данные показывают, что в республике Мали имеются все виды ресурсов, способствующие развитию различных видов туризма, в том числе и развлекательного.

Необходимо, чтобы Мали стала привлекательной туристической зоной не только как всемирно известный культурный центр, не только как страна с богатой историей и памятниками природы, но и как объект для туристов, очевидно, что необходимо активно формировать новый привлекательный образ страны как территории для комфортного отдыха и оздоровления. В связи с этим следует уделить серьезное внимание маркетинговой деятельности, в частности, продвижению бренда «Мали».

Биотические ресурсы республики Мали имеют рекреационную ценность и могут способствовать развитию различных видов туризма.

Таким образом, Мали обладает необходимым природно-рекреационным потенциалом для развития туризма.

И чтобы и в дальнейшем развивать и должным уровнем формировать траекторию развития туризма, целесообразно сосредоточиться на конкретных группах потребителей туристических продуктов и установить

поведенческую политику на рынке таким образом, чтобы полностью удовлетворить все потребности конкретного сегмента потребителей.

Создание предлагаемого нами механизма позволит работать с противоречиями, связанное с использованием определенного ресурса или целенаправленной области формирования.

Кроме того, инфраструктура туристической зоны может использоваться универсально для удовлетворения потребностей местных жителей и туристов. Особое внимание уделяется разработке и принятию имеющихся законов, и усовершенствованию старых, которые могут служить руководством для принятия решений о дальнейшей судьбе туристического продукта в части его продвижения.

Имеющийся процесс формирования туристского потока должен быть гибкими и уметь приспосабливаться к элементам окружающей среды. Особенно строгий механизм на национальном уровне может не позволить имеющемуся механизму быть гибким в современных условиях. Даже если конкретная модель развития, способ и способ реализации поставленной задачи изменены, основная задача.

Список использованных источников

1. Азар В. И. Экономика и организация международного туризма. М.: Экономика, 2015. 321 с.
2. Александрова А. Ю. География туризма. М.: КНОРУС, 2012. 592 с.
3. Антипина Е.Б. К вопросу об унификации и стандартизации понятийного аппарата в сфере туризма // Туризм: право и экономика. 2014. № 3. С. 5-8.
4. Арсланова Г.Х. Влияние индустрии туризма на социально-экономическое развитие региона // Вектор науки ТГУ. 2014. № 3 (29) С. 23-28.
5. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учеб. пособие. М.: Феникс, 2015. 256 с.
6. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом «Герда», 2016. 570 с.
7. Богомолова Е. С. О концепции и проблемах стратегического развития рекреационной инфраструктуры региона // Проблемы современной экономики. 2014. №3. С. 172–175.
8. Большой глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М. В. Биржакова, В. И. Никифорова. СПб.: Издательский дом «Герда», 2013. 811 с.
9. Булатова Е. К., Ульчицкий О. А. Подход устойчивого развития в ис-

тории формирования туристско-рекреационной среды // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 31. С. 451-455. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970105.htm>. (дата обращения: 17.03.2019)

10. Бутко, И. И. Маркетинг в туризме: учеб. Пособие. М.: Дашков и К^о: Наука-Спектр, 2015. 234 с.

11. Быстров С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб.: «Издательский дом «Герда», 2014. 464 с.

12. В 2015 году международный туризм достигнет миллиардный рубеж. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2017-01-18/v-2017-godu-mezhdunarodnyi-turizm-dostignet-milliardnyi-rubezh> (дата обращения 23.02.2019)

13. В мировом туризме начался спад // Турбизнес, 2015. № 10. С. 14-16.

14. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: учеб. пособие. М.: Наука, 2016. 360 с.

15. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина, Ю.О. Владыкина, Е.Ю. Воротникова и др.; под общ. ред. Б.И. Штейнгольца. Новосибирск: НГТУ, 2014. 235 с.

16. Волошин Н. И. Международный туризм: правовые акты. М.: Финансы и статистика, 2015. 400 с.

17. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2015. 462 с.

18. Всемирная Туристическая Организация удовлетворена развитием туротрасли // Турнавигатор PRO. 2015. №7. С. 12-14.

19. Гайдукевич Л. М. География международного туризма. Минск: Аверсэв, 2014. 252 с.

20. Горячий список – результат исследования увеличения туристского спроса в 2018 году // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2019. №3. С. 8.

21. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финан-

сы и статистика, 2013. 304 с.

22. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие. М.: Дашков К°, 2013. 72 с.

23. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка. М.: ЮНИТИ, 2014. 311 с.

24. Долженко Г. П. Основы туризма: учеб. Пособие. М.: МарТ; Ростов-на-Дону: МарТ, 2016. 320 с.

25. Долженко Г.П. Туризмведение: монография. Ростов: Издательство Южного федерального университета, 2014. Вып. 1. 168 с.

26. Драчева М. Специальные виды туризма: учеб. Пособие. М.: Кнорус, 2014. 152 с.

27. Дыжина Н. Н. География туризма. М.: Дашков и К, 2013. 256 с.

28. Дэниэлс Д. Международный бизнес. М.: Дело ЛТД, 2014. 784 с.

29. Жердев, Н.В. Влияние природных ресурсов на размещение туристской инфраструктуры // Ученые записки: электронный научный журнал. 2015. № 4 (24). Т. 2. С. 176-184.

30. Жолдасбеков А.А., Мамадияров М.Д. Туристско-рекреационные ресурсы как основа туристско-рекреационного потенциала // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 11 С. 213-214

31. Жукова М. А Индустрия туризма: менеджмент организации. М.: Финансы и статистика, 2014. 200 с.

32. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. М.: КНОРУС, 2015. 191 с.

33. Зачиняев П. Н. География международного туризма. М.: Мысль, 2014. 263 с.

34. Исследование отдыха: вдвое больше людей предпочитают спокойные каникулы активным. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content.pdf (дата обращения 21.04.2019)

35. Карманова Т.Е. Статистика туризма. М.: Кнорус, 2013. 264 с.

36. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М.: Финансы и статистика, 2015. 426 с.
37. Колесник Н. В. Введение в специализацию: международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота. М.: Советский Спорт, 2014. 250 с.
38. Кружалин В. И. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития. М.: Советский Спорт, 2015. 430 с.
39. Кумова Н. А. Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала региона. Курск : Атланта, 2015. 69 с.
40. Кусков А. С. Основы туризма: учебник. М.: КноРус, 2013. 400 с.
41. Левочкина Н. А. Ресурсы регионального туризма: структура, виды и особенности управления. М.: Директ-Медиа, 2014. 256 с.
42. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Наука, 2013. 320 с.
43. Махов С. Ю. Организация безопасности активного туризма. Орел: МАБИВ, 2014. 126 с.
44. Международный туризм показывает рост // Турнавигатор PRO. 2015. №7. С. 8-10.
45. Международный туризм уверенно начинает рост 2018 год. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-05-15/mezhdunarodnyi-turizm-uverenno-nachinaet-2014-god> (дата обращения 21.03.2019)
46. Мироненко Н. С. География международного туризма. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. 207 с.
47. Мошняга Е. В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации. М.: Советский спорт, 2015. 220 с.
48. Названы наиболее быстро развивающиеся туристические направления URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/38818.html> (дата обращения 18.03.2019)
49. Немоляева М. Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра.

М.: Наука, 2015. 174 с.

50. Новиков В. С. Инновации в туризме: учеб. пособие. М.: Академия, 2016. 224 с.

51. Осадин Б. Прогнозы в туризме в свете теории ошибок // Туризм. Практика, проблемы, перспективы. 2016. №2. С. 12-14.

52. Петрасов И. В. Экономико-географические предпосылки развития туризма в странах мира // Туризм. Практика, проблемы, перспективы. 2014. №4. С. 10-11.

53. Петрова Т.В. Особенности регулирования делового туризма в регионе: концепция развития делового туризма на основе использования потенциала дестинации. М.; Берлин : Директ-Медиа, 2015. 165 с.

54. Пищулов В. М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. М.: Академия, 2014. 318 с.

55. По подсчетам UNWTO мировой въездной турпоток в 2019 году вырастет на 7% // Турнавигатор PRO. 2019. №3. С. 10-11.

56. Полухина А.Н. Оценка эффективности стратегических программ развития туризма; Поволжский государственный технологический университет. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015. 276 с.

57. Полякова И.Л. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа – перспектива развития региона // Вестник Оренбургского Государственного университета. 2014. № 4 (165). С. 112-116.

58. Поступления от международного туризма превысили 1 триллион долларов США в 2018 г. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-05-08/postupleniya-ot-mezhdunarodnogo-turizma-prevysili-1-trillion-dollarov-ssha> (дата обращения 23.03.2019)

59. Рейтинг конкурентоспособности в сфере туризма ВЭФ возглавили Испания, Франция и Германия URL: http://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/40342/ (дата обращения 17.03.2019)

60. Романов А. А. География туризма. М.: Советский спорт, 2014 464 с.
61. Романова Г.М. Стратегическое планирование развития туризма в регионе. СПб.: СПбГУЭФ, 2013. 175 с.
62. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура. М.: Ось-89, 2016. 196 с.
63. Семилетова Я.И. Маркетинг территорий: учебное пособие. Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. 119 с.
64. Сенин В. С. Организация международного туризма. М.: Наука, 2015. 420 с.
65. Соболева Е. А. Статистика туризма: статистическое наблюдение. М.: Финансы и статистика, 2014. 160 с.
66. Теличева Е.Г. Критерии устойчивого развития туристской дестинации // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». 2016. Том 7. № 4. С. 761-766 с.
67. Толстова А.В. Оценка туристско-инфраструктурного потенциала для развития туризма // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. LIV междунар. студ. науч.-практ. конф. 2017. № 6 (54). С. 34-39.
68. Трусова Н.М. Туризм: междисциплинарный аспект. Кемерово: КемГУКИ, 2015. 171 с.
69. Трухачев А.В. Туризм. Введение в туризм учебник. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2013. 396 с.
70. Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке. М.: Финансы и статистика, 2015. 240 с.
71. Чудновский А.Д. Социально-экономическое развитие регионов как фактор формирования спроса на туристские услуги. М.: КНОРУС, 2016. 432 с.
72. Шаруненко Ю.М. Рекреационный туризм: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. 102 с.
73. Щербакова С. А. Геоэкономика международного. Смоленск: Уни-

версум, 2014. 191 с.

74. Brasseur G. Etude de geographie regionale: le village de Tenenkou (Mali). //Bull. De l'ITFAN, t. 23, № 3 4, 2017, p. 607 - 675.

75. Brasseur G., Diallo Diop B. Se documenter sur le Mali. //Politique Africaine. Paris, Karthala, octobre 2016, p. 101 108.

76. Chabas B., Montory et Louis P. Geographie de l'Afrique noire. Paris, Bordas, 2016. 301 P

77. Comptes economiques du Mali. Series revisees 1990-2001. Resultats provisoires 2002. Resultats previsionnels 2003. Bamako, D.N.S.I., juin 2013. 39 P.

78. Diakite M. Du droit coutumier a la codification en Republique du Mali. Les Bambara. //Etudes maliennes, № 17, Bamako, 2017. P. 28.

79. Diarra S., Cisse P. Migrations et pauvreté au Mali. Cadre strategique de lutte contre la pauvreté (CSLP). Bamako, Ministere de l'economie et des finances; Institut Superieur de Formation et de Recherche Appliquee (ISFRA), 2014.89 P

80. La cooperation Mali-Banque Mondiale. Bamako, Mission Residente de la Banque Mondiale au Mali, 2017. 141 P.

81. Partenariat Mali Banque Mondiale. Ministere de l'Economie et des Finances. Bamako, Bureau de la Banque Mondiale au Mali, 2016. 75 P.

82. Rapport sur le plan quinquenal de developpement economique et social de la Republique du Mali. Paris, 2018. 70 P.

83. Vennetier P. Les villes d'Afrique tropicale. Paris, Masson, 2015. 244 P.

84. Vernet J. Pays du Sahel: du Tchad au Sënégel, du Mali au Niger. Paris, Editions Autrement, 2014. 231 P.

85. Amenagement des ressources naturelles en Afrique: strategies traditionnelles et prise de decision moderne. Prepare en cooperation avec le P.N.U.E. Paris, UNESCO, 2016. 83 P.

86. Bocquier Phillipe et Diarra Tieman. Population et societe au Mali. Paris, L'Harmattan, 2017. 204 P.

87. Boilley P. Aux origines de la question touaregue au Mali. Une exception coloniale: l'occupation pacifique de l'Adrar des Ifoghas. //Islam et societes au

sud du Sahara. Paris, Maison des Sciences de PHomme, № 7, novembre 2017, p. 144 -181.

88. B. Bynum Boley. To Travel or Not to Travel? Both Have Implications for Sustainable Tourism. *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 2015. Vol. 12, No 2. pp.208-224. doi:10.1080/21568316.2014.925489

89. International Tourism Overview. A Special Report from the World Tourism Organization, WTO, 2011.

90. Nikolaos Pappas. The Effect of Distance, Expenditure and Culture on the Expression of Social Status Through Tourism. *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 2014. Vol. 11. No4. Pp. 387–404.

91. Rosa Caiazza, David Audretsch. Can a sport mega-event support hosting city's economic, socio-cultural and political development? *Tourism Management Perspectives*. April 2015. Vol. 14. Pp. 1–2.

92. Simona Franzoni. Measuring the sustainability performance of the tourism sector. *Tourism Management Perspectives*. October 2015. Vol. 16. Pp. 22–27. doi:10.1016/j.tmp.2015.05.007

93. Sine Heitmann. Film Tourism Planning and Development–Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 2010. Vol.7. No.1. Pp. 31–46.

94. Steven Pike , Filareti Kotsi. Stopover destination image – Using the Repertory Test to identify salient attributes. *Tourism Management Perspectives*. April 2015. Vol. 18. pp.68-73. doi: 10.1016/j.tmp.2016.01.005.

ПРИЛОЖЕНИЯ