

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МИРОВОГО ОПЫТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА КЫРГЫЗСТАНА

КЫРГЫЗСТАНДА САЯКАТТЫ ЖАНА ТУРИЗМДИ ӨНҮКТҮРҮҮДӨ ДҮЙНӨЛҮК ТАЖРЫЙБАЛАРДЫ КОЛДОНУУ

THE USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE FOR THE DEVELOPMENT OF TRAVEL AND TOURISM IN KYRGYZSTAN

Аннотация: В статье анализируется применение мирового опыта по организации путешествий и туризма для Кыргызстана. Выделяются слагающие основные четыре элемента: привлекательность, возможность приема, доступность, отношение местного населения к туристам. Каждый элемент имеет особое значение для устойчивого развития туризма Кыргызстана.

Ключевые слова: туризм, кочевник, достопримечательность, гостеприимство, население, путешествие, история, традиция, культура, цивилизация.

Аннотация: Макалада Кыргызстан үчүн саякатты жана туризмди уюштуруу боюнча дүйнөлүк тажрыйбаларды колдонуу маселеси талдоого алынган. Туризмдин өнүгүү үчүн маанилүү болгон негизги төрт элементи: жагымдуулугу, кабыл алуу мүмкүнчүлүгү, жеткиликтүүлүгү жана жергиликтүү калктын туристтерге болгон мамилеси болуп корсотүлдү. Аталган элементтердин ар бири Кыргызстандагы туризмдин туруктуу өнүгүүсүндө өзгөчө мааниге ээ.

The article analyzes the application of the world experience in the organization of travel and tourism for Kyrgyzstan. The main four elements are singled out: attractiveness, the possibility of reception, the accessibility, the attitude of the local population to tourists. Each element is of particular importance for the sustainable development of tourism in Kyrgyzstan.

Как показывает мировой опыт, для организации путешествий и туризма необходимы четыре слагающих элемента: привлекательность пунктов на маршруте путешествия; наличие возможностей приема, размещение и обслуживание; доступность страны; и отношение местного населения к туристам. Только в исключительных случаях настоящая продукция туризма может существовать без всех этих названных четырех элементов.

Под привлекательностью подразумевают причину путешествия. Что побуждает людей путешествовать, посещать другие места? Это может быть уникальный природный ландшафт или исторические объекты (города, памятники и др.), а также может быть научная конференция, конгресс, учеба или деловая встреча, возможно, паломничество или просто посещение друзей, родственников. Иногда, это сочетание нескольких

факторов привлекательности, которые выступают в качестве начального основного побудительного мотива.

Анализируя достопримечательности Кыргызстана, привлекательные для туристов, можно с полной уверенностью констатировать, что из года в год увеличивается количество туристов посещающих нашу страну. "Мало стран на земле с таким удивительным сочетанием природных и культурно-исторических черт как Кыргызстан, в горных районах можно увидеть одни из наиболее привлекательных пейзажей в мире", так оценили туристические возможности нашей республики зарубежные эксперты из Великобритании в 1996 году.

Второй элемент - это возможности приема, размещения и обслуживания, которая не ограничивается только "койкой", а включает все аспекты гостеприимства и общественного питания. Известно, что тури-

сты думают своим желудком: "Где мне выпить кофе?", "Подадут ли здесь обед?", "Что будет сегодня на ужин?" и т.д. Наличие этого элемента крайне важно для того, чтобы гость оставался в месте назначения и начал тратить деньги вместо того, чтобы "галопом" осматривать достопримечательности и торопливо занимать свое место в автобусе, чтобы "отметиться" в другом пункте программы пребывания.

Тип и качество размещения туристов в гостиницах также в значительной мере определяет тип и состоятельность туристов, которых удастся привлечь в страну. Вряд ли можно убедить бизнесмена, прибывшего в страну для решения деловых вопросов провести ночь в кемпинге, точно также мало вероятно, что челноки, занимающиеся торговлей, будут останавливаться в пятизвездочной гостинице. С этой точки зрения, гостиничные услуги в Бишкеке представлены довольно широко. Здесь имеются отели с высококласным обслуживанием по международным стандартам (отель ХАЯТ), а также гостиницы со средним уровнем услуг, для "среднего" туриста. Следует отметить, что в последнее время туристические организации совместно со спонсорами строят дома-гостиницы, примером служит туристическая компания "Горы Азии", которая прочно основалась на рынке гостиничных услуг.

Следующим жизненно важным элементом продукции туризма является доступность места назначения. Посетители - туристы хотят не только добраться до места назначения без затруднений, они еще хотят иметь возможность свободно передвигаться в его пределах. Доступность места назначения охватывает все формы перевозок и перемещений воздушным транспортом, по железной дороге, автобусом, велосипедом и даже пешком.

В этом плане, по рассказам самих туристов добраться до Кыргызстана довольно таки сложно, потому что основными потребителями нашего туристического продукта являются туристы из Европы, а это изнурительный многочасовой перелет. К этому следует добавить контакты туриста с пограничниками, иммиграционными службами, с милицией и становится очевидным, какой незабываемый "букет" первых впечатлений создаваемый нами для иностранных гостей.

В настоящее время этими тремя факторами занимаются большинство исследователей проблемы развития сферы туризма. Но для создания добротного продукта туризма важен еще один фактор - отношение к туристу местного населения.

Что же представляет собой отношение местного населения к туристам? Они дружелюбны или враждебны к туристам? Или же они возмущены нарушением их привычного образа жизни, или их одолевает алчность и они стремятся во что бы то ни стало быстро сорвать куш, заставив гостей раскошелиться? Понимают ли жители важность путешествий и туризма не только для экономики страны, но и для обеспечения материального благосостояния своих семей? Путешествие и туризм являются уникальным экспортным продуктом, поскольку его потребляют там, где производят.

Таким образом, каждый житель конечного пункта туристического маршрута, и те кто непосредственно занимается обслуживанием туристов (работники го-

стиниц, турфирм и др.) - все они в той или иной степени участвуют в создании продукции туризма.

Отношение местного населения к туристам может, либо созидать или наоборот, разрушать опыт и традиции туризма даже в тех случаях, когда конечные пункты туристических поездок соответствуют всем остальным требованиям: привлекательности места, приемлемости размещения, проживания и обслуживания, а также удобства доступа. Поэтому частью правильного составленного плана или программы развития туризма, особенно на начальном этапе, является выделение ресурсов для обучения местного населения дружелюбному поведению по отношению к туристам.

На вопрос о том, какое впечатление осталось у Вас от посещения Кыргызстана, большинство иностранных туристов отметили уникальные природные ландшафты, а также, что наш народ отличается гостеприимством. Очевидно, что это исходит из истории, традиций и культуры кыргызов. Щедрое, уважительное отношение к гостям всегда было присуще кочевым кыргызам.

Прежде чем посетить ту или иную страну, турист стремится получить доказательства положительного имиджа этой страны или усилий, направленных на создание такого имиджа, постоянно подкрепленных рекламой и активными связями с общественностью. Сильный положительный образ особенно необходим для мест, которые пострадали от экологической, политической нестабильности, военных действий или гражданских беспорядков.

Важным является репутация страны, где надежно охраняется безопасность граждан. Плохие вести распространяются мгновенно, не только средствами массовой информации, но и благодаря Интернету, электронной почте. О волне дерзких ограблений, о периодических угонах автомобилей, грабежах или вымогательстве денег на улицах плохо контролируемых правоохранительными органами, заставит туристов повременить с поездкой в страну. С другой стороны, проведение мероприятий государственного масштаба, таких фестивалей, как: «Манас-1000», «Ош-3000», «Всемирные игры кочевников» т.д. несомненно способствуют поднятию имиджа Кыргызстана. Основной целью данных мероприятий является создание благоприятных условий для развития туризма в Кыргызстане, потому что важно социально-экономическое значение туристической отрасли для страны в целом.

Выше была отмечена важность дружелюбного отношения местного населения к туристам, был поднят вопрос имиджа страны, в формировании которой кроме непосредственных организаторов участвует и местное население. Доказательством этому является проведение в последние годы Всемирных игр кочевников (ВИК). В утвержденной Правительством КР «Программе развития туризма до 2020 года», в планах мероприятий прописано «об обеспечении организации и проведения в Иссык-Кульской области «Форума Всемирных игр кочевников с участием Совета дружества тюркоязычных государств». Как известно, первые игры прошли в 2014 г., вторые – в 2016 г., а третьи пройдут в сентябре 2018 года. На время проведения III ВИК ущелье Кырчын превратится в одну из самых

грандиозных этноплощадок мира, на которой будут представлены игры, состязания, забавы, быт, традиции и жизнь кочевых народов. Масштабные мероприятия будут представлены:

- этно-спортивными состязаниями по 37 видам;
- фестивалями и конкурсами «этнохит», «этно-фольклор», «этномода», «этнотанцы», «этнодом», «этноискусство»;
- научными конференциями, круглыми столами и и.д.

Предстоят интересные научные исследования и научные конференции в области археологии, истории, географии, философии, духовного и культурного наследия цивилизации кочевых народов мира. Предстоящий Фестиваль Всемирных игр кочевников – самый масштабный международный проект в новейшей

истории Кыргызстана, задача которой показать величие кочевой цивилизации, всю глубину истории, культуры и традиций кочевых народов. Мы надеемся, что Всемирных игр кочевников – III внесут достойный вклад в развитие туризма нашей республики.

Литература

1. Дудававшили С.Д. Туризм Кыргызстана. – Б.: Илим, 2015.
2. Квартальнов В.А. Туризм в новом столетии. – М., ДРОФА, 2015.
3. Лиманский А, Ружковский Я. Международный туризм в эпоху глобализации. – М.: Форум, 2016.
4. Сапрунова В.Б. Туризм, эволюция, структура, маркетинг. – М.: Ось-89, 2012.
5. turizm.ru-kyrgyzstan/
6. [https:// www.advantour.com](https://www.advantour.com)