

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО РЫНКА КЫРГЫЗСТАНА

УДК 338.48

СМАНКУЛОВА Ж.Д.

старший преподаватель кафедры Менеджмент
Факультет экологии и менеджмента
БГУ им. К. Карасаева

Аннотация: В статье рассматривается ситуация, которая сложилась в туристической сфере и которая требует активного поиска средств преодоления кризисных явлений. Для этого необходимо выявить факторы, которые сдерживают развитие туризма в Кыргызстане.

Изучение основных показателей рынка туризма показывает, что, несмотря на определенный рост финансовых показателей, количества посетивших страну туристов, уровень развития туризма в Кыргызской Республике в настоящее время невысок.

В мировом рейтинге стран мира по Индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года (Travel and Tourism Competitiveness Index 2013) Кыргызстан занял 111 место. Доклад опубликован аналитической группой Всемирного экономического форума (ВЭФ).

Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма составляется каждые два года и охватывает 140 стран. В общей сложности каждую из этих стран аналитики ВЭФ оценили по 14 критериям - от нормативной базы и экологической устойчивости до безопасности и возможностям в области инфраструктуры человеческих, культурных и природных ресурсов. Первые три места заняли Швейцария, Германия и Австрия.

Для глубинного понимания тех процессов, которые приводят к возникновению и существованию проблем в туристической отрасли, следует более детально проанализировать ситуацию, которая сложилась на рынке туристских услуг.

Несмотря на широкую «географию» туристов, которые приезжают в нашу страну, их преобладающую часть (78%) составляют туристы со стран-участников СНГ, и в первую очередь – из Казахстана, Узбекистана, России. Что касается других стран, то более всего Кыргызстан посещают туристы из Китая, Турции, Германии (табл. 1). При этом доля иностранных туристов, которые путешествовали в туристических группах, была довольно незначительной – лишь 1,2%. Большинство граждан, которые при существующей классификации, рассматриваются как иностранные туристы, фактически такими не является, а посещают Кыргызстан в служебных или частных целях (и в том числе – для ведения частного бизнеса). Это является ярким свидетельством недостаточности развития в нашей стране организованного туризма.

Таблица 1. Численность иностранных граждан, прибывших в Кыргызскую Республику, по странам¹ (человек)

	2010	2011
Всего	1 316 207	3 114 372
Австралия	1189	1375
Австрия	536	510
Азербайджан	984	3983
Германия	6980	8432
Индия	1725	1990
Иран	1574	2646
Италия	902	1427
Казахстан	837609	1437739
Канада	1669	1904
Китай	18167	25059
Корея	4207	3681
Пакистан	2082	2044

Россия	132493	1020102
Соединенное Королевство (Великобритания)	2716	3127
США	7473	12878
Таджикистан	121058	99552
Туркменистан	4902	306
Турция	11098	15237
Узбекистан	140644	433363
Украина	1525	9074
Франция	2105	3633
Швейцария	1029	2147
Швеция	527	808
Япония	1125	2435

Источник: Сборник НСК «Туризм в Кыргызстане 2007-2011», Бишкек 2012.

Оценочные данные, без учета прибывших на постоянное место жительства и обслуживающего персонала.

Хотя практически вся территория нашей страны имеет достаточный потенциал для развития туризма, все же интенсивность посещений иностранными туристами его отдельных регионов очень различается. Наибольшее количество туристов посещают Иссык-Кульскую область, г. Бишкек, наименьшее – Баткенскую, Таласкую, Нарынскую области.

Анализ отрасли показывает недостаточную развитость туристической инфраструктуры, и что в объединении с низким качеством сервиса предопределяет его низкую привлекательность, и, соответственно, прибыльность на фоне аналогичных показателей по другим странам.

К сожалению, сегодня можно лишь констатировать, что на фоне возрастающей конкуренции на мировом рынке туристических услуг и вследствие действия ряда факторов, о которых, будет идти речь ниже, отрыв Кыргызстана от ведущих туристических стран увеличивается.

Проблемы, которые существуют на сегодня в туризма Кыргызстана, являются краеугольным камнем отрасли. Существующие проблемы необходимо правильно обозначать. Ведь от того насколько адекватно названа проблема, настолько объективен будет поиск наиболее эффективного пути выхода из нее. Поэтому для выявления проблем туризма в нашей стране будет целесообразно рассмотреть состояние этой отрасли на мировом рынке и сравнить его с ситуацией в Кыргызстане. Именно таким путем, но учитывая особенности и специфические черты нашей страны, можно раскрыть всю глубину основных проблем сложившихся в отрасли.

Характерной особенностью конца XX столетия стало бурное развитие туризма - наиболее демократической и интернациональной сферы общественной деятельности. По оценкам экспертов, суммарные затраты на внутренний и международный туризм на нашей планете составляют 15% мирового валового продукта. При этом доля туризма — 30% мировой торговли в сфере услуг, которые по прибыльности на втором месте после добычи и переработки нефти. По данным Всемирной туристической организации, ежегодно путешествует больше 800 млн. человек. Примечательным является то, что более чем в 40 странах мира туризм является основным источником поступлений национального бюджета, а в 70 – одной из трех статей. Например, в Испании доля прибылей от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет 35%, на Кипре и в Панаме – свыше 50%, на Гаити – более чем 70%.

На фоне активно развивающегося мирового туризма закономерно стоит вопрос о роли Кыргызстана на мировом рынке туристических услуг. Следует отметить, что объективно она имеет все предпосылки для интенсивного развития внутреннего и иностранного туризма: благоприятный климат, богатство естественного, историко-культурного и рекреационного потенциалов. Но, к сожалению, при наличии таких туристских ресурсов Кыргызстан выглядит очень скромно. Доля поступлений от

иностранных туристов в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет лишь около 19%.

Ситуация, которая сложилась в туристической сфере в последнее время, требует активного поиска средств преодоления кризисных явлений и интенсификации производства туристического продукта, с обеспечением его качества. Для этого необходимо выявить факторы, которые сдерживают развитие туризма в Кыргызстане, основными из них являются:

- Вялость экономических реформ, приводящее к неблагоприятным существующим условиям для предпринимательства вообще, и туристического бизнеса в частности;

- Несовершенство нормативно-правового поля и, как следствие, отсутствие необходимых инвестиций для развития туризма – как внутренних (из-за продолжительного экономического кризиса), так и иностранных (из-за неблагоприятного инвестиционного климата).

- Недостаточный уровень развития сети и объектов туристической инфраструктуры, их несоответствие мировым стандартам. - Во многих санаториях, домах отдыха, пансионатах производственная база формировалась, в основном, в советских временах с ориентацией преимущественно на непритязательного туриста.

- Плохое состояние наших дорог. Одним из действующих средств ускорения развития туризма в Кыргызстане является развитие транспортной сети.

- Отсутствие системы действий по выведению туристического продукта Кыргызстана на мировой рынок. Проблемы возникают, прежде всего, с рекламой отечественных курортов. Поэтому абсолютно понятно, что за границей очень тяжело получить информацию, как о Кыргызстане, так и о туристических услугах, которые у нас предоставляются. За границей складывается совсем другая ситуация. Например, в Великобритании, которая и так не имеет особой потребности рекламировать себя как туристический центр, тратятся на эти цели 80 млн. фунтов стерлингов. На первый взгляд кажется, что это расточительство. Но, как было подсчитано, каждый вложенный в рекламу фунт приносит доход от привлеченных туристов в 27 фунтов. Поэтому, направляя средства на рекламу, Кыргызстан мог бы известить мир о своих туристических возможностях и получить доход в разы больше, чем было бы потрачено.

- Технологическая отсталость отрасли. В Кыргызстане практически не применяются туристические технологии, которые в развитых странах приобрели признаки повседневной жизни: электронные информационные справочники отелей, транспортных маршрутов и туристических фирм с перечнем и стоимостью услуг, которые ими предоставляются; в мире практически все туристические справочники выпускаются в электронном, а большинство – в Internet-форматах, что дает их пользователям возможность бронировать места в отелях и на транспортные средства в режиме реального времени – “on-line”). Но все же в последнее время в области информационных технологий Кыргызстана наблюдается значительное оживление. Поэтому, следует также активно использовать эту возможность для приближения к выходу на мировой уровень обслуживания клиентов.

- Низкий уровень обслуживания, обусловленный низкой квалификацией работников в данной сфере. На сегодня в Кыргызстане учебные заведения готовят кадры для туристской отрасли, но они только начинают приобретать соответствующий опыт, поэтому делаются лишь первые шаги в этом направлении.

Как уже отмечалось, именно эти внешние и внутренние факторы могут быть базой, на основе которой будут разрабатываться предложения относительно выхода туристической отрасли из кризисного положения и служить указателями дальнейших направлений ее развития.

Список использованной литературы:

1. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. – М. : Маркет ДС, 2008.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – 3-е изд. – М. : Маркет ДС, 2008.
3. Туризм в Кыргызстане 2007-2011гг. Сборник: – Бишкек.: Нацстатком КР, 2012.