

В Кыргызстане не применяется взимание таможенных платежей на сырье и материалы, использующиеся в производстве экспортной продукции, по ставкам ниже, чем на такое же сырье и материалы, использующиеся в производстве аналогичной продукции для потребления на внутреннем рынке.

В Кыргызстане не применяются нормы по уменьшению или возврату импортных пошлин, налогов и любых других платежей на импортное сырье и материалы при использовании в производстве продукции, а также не оказывается финансовое содействие производителям.

Программ по покрытию операционных расходов или убытков, страхование экспортных кредитов и предоставление экспортных кредитов по льготным ставкам для экспортеров и импортеров в Кыргызстане нет.

Экспортное кредитование, или оплата части расходов, понесенных экспортерами или финансовыми учреждениями в связи с получением кредита, в Кыргызстане не применяется. Нынешнее состояние экономики Кыргызстана характеризуется неоднозначно. С одной стороны, налицо достижение определенных результатов, которые выразились в либерализации цен и внешнеэкономической деятельности, реорганизации финансово-кредитной системы, реализации аграрной реформы и создании основ социальной системы. С другой стороны, на развитие рыночных реформ оказывают тормозящее влияние такие факторы, как простаивание отдельных предприятий промышленного сектора, низкие темпы земельно-аграрной реформы и другие факторы, сдерживающие общее экономическое развитие, вследствие которых налицо постоянный дефицит бюджета и отрицательное сальдо торгового баланса республики, наличия внешней задолженности.

#### Список литературы

1. Омаров Н. Международные отношения в эпоху глобального развития Бишкек, 2013 - С. 47.
2. Ульянов А. К вопросу об интеграции России в мировую экономику // Международная экономика и международные отношения. 2002. №10. - с. 10.
3. Свободные горы. 2010. 10 июля. - С. 2.
4. Сатывалдиева Б. Проблема расширения экспортного потенциала Кыргызской Республики // Общество и экономика. 2013. N - С. 67-79.
5. Источник: Нацстаком КР.
6. Бровко Н.А. Внешнеторговые связи Кыргызской Республики // Евразийская экономическая интеграция, N2 (6), февраль 2010.

#### References

1. Omarov N. International relations in the era of global development - Bishkek , 2013 - S. 47 .
2. A. Ulyanov, the question of Russia's integration into the world economy and the international economy // international relationships. 2002. №10. - From. 10.
3. Free mountains. 10 July 2010. - P. 2.
4. Satyvaldieva B. The problem of expansion of export potential of the Kyrgyz Republic // Society and Economy. 2013. N - S. 67-79.
5. Source: Natsstakom CD.
6. Brovko NA Foreign trade ties of the Kyrgyz Republic // Eurasian Economic Integration, 2010 .

УДК.: 334.784(1.712.1/2)

### АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ

**Асанакунуова Гулжан Букарбаевна**, доц.

КГТУ им. И.Раззакова, Кыргызста, 720044,г.Бишкек,пр.Мира 66, e-mail: asanakunova.g@mail.ru

**Аманкулов Бахтияр Алманбетович**, ст. гр. Лг-2-13

КГТУ им. И.Раззакова, Кыргызстан,720044,г. Бишкек,пр.Мира 66, e-mail: Baha\_6195g@mail.ru

**Цель статьи** – является анализ потенциала страны для развития туристической отрасли и выявление проблем в этой сфере в Кыргызстане. В некотором смысле стадия развития, достигнутая страной в области туризма зависит от уровня предлагаемых удобств при размещении туристов и наличия мест отдыха и развлечений. Как уже предполагалось, развитие туризма в Кыргызстане находится пока на первоначальной стадии. Поэтому проблема, касающаяся размещения и развлечений составляет лишь малую толику от общей проблемы. Тем не менее, это очень важная часть проблемы, от решения которой во многом будет зависеть и развитие отрасли в целом.

## ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF SKI TOURISM IN KYRGYZSTAN

**Asanakunova Guljan Bukarbaevna**, docent,

KSTU named after I. Razzakov, Kyrgyz Republic, 720044, Bishkek, Mira avenue 66,

e-mail: asanakunova.g@mail.ru

**Amankulov Bakhtiar Almanbetovich** Art. c. Lr - 2-13

KSTU. I.Razzakova, Kyrgyzstan, 720044, g. Bishkek, pr.Mira 66, e-mail:Baha\_6195g@mail.ru

The purpose of article is analysis of the potential of the country for the development of the tourism industry and identification of problems in this sphere in Kyrgyzstan. In a sense, the stage of development achieved by the country in the field of tourism depends on the level of amenities at tourist accommodation and the availability of recreation and entertainment. As already suggested, the development of tourism in Kyrgyzstan is still in its initial stage. Therefore, the problem regarding the location and entertainment is only a small fraction of the overall problem. Nevertheless, this is a very important part of the problem, the solution of which will largely depend on the development of the industry as a whole.

Кыргызстан - страна гор. Более 90% территории Кыргызстана занимают горы. Что несомненно оказывает влияние на развитие горнолыжного туризма и спорта в Кыргызстане. Бережное отношение к природе и окружающей среде является одним из привлекательных элементов туризма и путешествий. Туристские гостиницы, кемпинги, курорты, которые расположены среди нетронутой природы и где уделяется должное внимание вопросам экологии, сохранению природного ландшафта и культурного наследия, становятся все более популярными и привлекают новых, экологически сознательных и подготовленных туристов. Особенно, экологический туризм получил наиболее широкое распространение и признание в наше время, поскольку экология с каждым днем приобретает все большее значение. В последнее десятилетие охрана окружающей среды вышла на новый уровень, включая меры финансового контроля и рыночные факторы, а также соответствующие законодательные меры. В настоящее время всё большее число успешно работающих людей стало уделять своё внимание спорту, поддержанию хорошей физической формы, посещая при этом тренажерные залы, теннисные корты, бассейны.

В Кыргызстане экологический туризм начинает пользоваться популярностью, а на западе он на пике моды. Кыргызстан в последние годы стал излюбленным местом отдыха отечественных и российских горнолыжников. Ведь площадь Кыргызстана на 70% занята великолепными горами, идеально подходящими для катания как на привычных нам лыжах, так и на более экзотичных, но уже достаточно известных видах горнолыжного оборудования, таких как сноуборд, тарелки, сани. Не только благодаря своей богатой истории Кыргызстан привлекает тысячи туристов со всего света, но и богатством природы гор и предгорий, мягким климатом. Туристическая индустрия Кыргызстана ориентирована на разнообразные виды отдыха на лоне природы.

Горы Кыргызстана с перепадом высот от 800м, одни из самых красивых мест в Средней Азии - настоящий рай для любителей природы и горнолыжников. Горные склоны Кичик - Алайского и Чон - Алайского хребтов имеют плавные и длинные склоны, что способствует их популярности у горнолыжников и развитию горнолыжных курортов. Трассы достаточно длинные и крутые, и в тоже время - присутствует обилие отличных пологих склонов для начинающих и детей.

Перспективность этого места объясняется, прежде всего, разнообразием катания - здесь большое количество трасс разной протяженности и сложности, интересное катание для лыжников любого уровня. Кроме катания на лыжах, можно посетить пещеры, термальные источники, фольклорные и краеведческие музеи и множество других интересных мест.

Горнолыжные курорты на Западе представляют собой (по данным Международной Молодежной Ассоциации Инвесторов и Предпринимателей) одни из самых рентабельных и перспективных предприятий туристических услуг, по популярности после морских курортов и туристических поездок, связанных с посещением иностранных государств.

Что касается уровня развития горнолыжной индустрии в Кыргызстане, она все еще находится в стадии начального развития. В годы Советской Власти Кыргызстан являлся Меккой горнолыжных туристов, к примеру, команда Советского Союза по горнолыжному спорту проводила все свои тренировки в Ала - Арчинском урочище и на месте теперешнего расположения горнолыжной базы «Норус» - самой известной и наиболее популярной горнолыжной базой Кыргызстана.

Но, следует отметить, что на сегодняшний день уровень предлагаемых услуг не отвечает требованиям европейских горнолыжных курортов, ни одна горнолыжная база не может удовлетворить потребности все возрастающего спроса на услуги горнолыжной индустрии.

Техническая база отечественных горнолыжных курортов, их инфраструктура, оставшаяся в наследство от Советской власти, морально и технически крайне отстает от развивающейся большими темпами международной горнолыжной индустрии.

В Европе каждый горнолыжный курорт представляет собой мини город и комплекс развлечений. Западные курорты отличаются от отечественных не только сервис, но и качество склонов. Характерные для кыргызских рельефов натуральные бугры там отсутствуют, однако широко применяется их имитация, которая создается специально - для экстрима. В мировой практике применяется распределение трасс по уровню сложности.

Российские туристические информационные агентства описывают кыргызстанские горнолыжные курорты как привлекательные со стороны разнообразия и сложности горнолыжные трассы, так и абсолютно не отвечающие стандартам объекты инфраструктуры. Отсутствие снегообразующего оборудования, техники для ухода за трассами, квалифицированного персонала и надлежащей инфраструктуры являются основными проблемами при определении конкурентной стратегии.

В настоящий момент в Кыргызстане зарегистрировано 22 горнолыжных курорта. В Чуйской области расположены 17 горнолыжных курорта. Как видно основная концентрация горнолыжных курортов приходится на север республики, и обслуживают в основном население и гостей города Бишкек. Рынок горнолыжных курортов юга республики абсолютно свободен, здесь нет ни одной горнолыжной базы.

В прошлом году Кыргызстан с различными целями посетило около 1 миллиона 518 тысяч туристов, из которого около 16% туристов приехало с целью активного отдыха, в том числе и для катания на лыжах, что по приблизительным подсчетам составляет около 185000 потенциальных клиентов горнолыжных курортов.

В период 2013-2014г.г. по прогнозам аналитиков в горнолыжную индустрию Кыргызстана будут инвестированы 20 миллионов долларов, что уже сегодня видно на примере Нарынской области. В 2004 году, с целью ознакомления с перспективами строительства горнолыжного курорта европейского класса, Ошскую область посетили канадские специалисты. В настоящее время ведутся переговоры о начале первого этапа строительства. В общих чертах рынок горнолыжных курортов можно определить как стабильно-развивающийся. Результаты проведенного анализа показывают, что наиболее популярными и технически обеспеченными горнолыжными курортами на сегодняшний день в Кыргызстане являются следующие: туристский центр «Оруу-Сай» горнолыжная база «Кашка-Суу» и «Норус». Тур центр «Оруу-Сай», работает круглогодично. В зимний период вниманию посетителей предлагается катание на лыжах. Имеющиеся склоны предназначены для любителей горных лыж любого уровня. В настоящее время в урочище Оруу-Сай действуют три канатные дороги различной протяженностью и сложностью горных трасс. На территории турбазы находится гостиница. Горнолыжная база «Кашка-Суу» - единственная кресельная дорога, длина 2000 м. Малая канатка, склон гораздо интересней. Есть ретракт. Гостиница, ресторан, сауна, стоянка. База расположена на высоте чуть менее двух километров над уровнем моря, в экологически чистой зоне. В ущелье Кашка-Суу богатейший природный мир гор. В каждом коттедже есть электричество, водопровод и родниковая вода. Единственная в Кыргызстане кресельная канатная дорога длиной 1,5 км на высоте 2000 м. Горнолыжная база «Норус», находится в Иссык - Атинском районе, в 35 км от Бишкека. На "Норусе" две канатные дороги - 600 м и 1600 м - для профессионалов, уверенно катающихся и сноубордистов. Особенность размещения предлагается в отель-шале в уютном городке. Кроме общего описания конкурентов необходимо определить их общие преимущества и недостатки. Преимущества: огромная площадь взаимоотношения со сторонними организациями на высоком уровне, популярность, известность в странах Средней Азии, квалифицированный коллектив, развитый маркетинг и сеть сбыта. Недостатки: высокие цены, качество предлагаемых товаров и услуг среднего качества, неизвестность в странах СНГ и России, большое скопление народу на ограниченной площади, очереди к подъемникам, недостаточный уровень качества подготовки трасс. Таким образом, учитывая недостатки конкурента, нашим горнолыжным базам необходимо установить цены ниже, чем у конкурента и приемлемые для граждан Европы и стран СНГ цены, для людей со средним доходом и установить высокое качество обслуживания. Необходима также расширенная реклама в России и странах СНГ. В действиях конкурентов следует опасаться изменений маркетинговой политики и возможного снижения цен на свою продукцию. В противодействие конкурентам предполагается введение собственных маркетинговых мероприятий по реализации продукции. Это проведение рекламных кампаний на местном радио, телевидении, в местных органах печати и на торговых точках, а так же создание собственного сайта в Интернете. Ценовая политика увязана с общими целями предприятия и включает формирование кратко - и долгосрочных целей на базе издержек производства и спроса на продукцию, а также цен конкурентов. Рыночные возможности горнолыжного курорта оцениваются возможностями материально-технической горнолыжной базы, т.е. максимальное количество клиентов, которых курорт может принять за определенный период времени, соотношением цена - качество, т.е. учитываются цены конкурентов на аналогичные виды услуг и их заменители, а так же созданным информационным полем и имиджем курорта. При создании имиджа престижного (элитного) горнолыжного курорта необходимо поддерживать цены на относительно высоком уровне, но на уже существующие услуги цена не должна быть выше, чем у конкурентов, и при этом ценовая политика курорта должна строиться по принципу «высокая цена - высокое качество». Для привлечения потребителей необходимо предусмотреть предоставление дополнительных услуг и выгод, составляющих вкупе товар с подкреплением. В дальнейшем можно рекламировать горнолыжный курорт и в странах Азии, например в Китае, в Японии. Потребителей будет привлекать экзотика Кыргызстана (кухня) и низкие, по сравнению с курортами Западной Европы цены. Все эти виды рекламы являются каналами сбыта. Необходимо увеличивать уровень дохода путем постоянного роста объемов продаж за счет расширения рынка сбыта. Затраты на рекламу таких масштабов потребуют массивных денежных вложений, но так как нас интересует вопрос роста объемов продаж и расширения рынков сбыта, то они вполне оправданы. Отдавая себе отчет в том, что хороший маркетинг - дело специалистов, особых служб и фирм, что не надо бояться затрат на маркетинг, признаем, что наилучшим способом проведения маркетингового исследования, в нашем случае было бы привлечение группы специалистов от маркетинговой фирмы.

Это позволит получить наиболее точную и исчерпывающую информацию о реальном состоянии рынка, а также четко сформулировать рекомендации на такие вопросы, как: разработка новых услуг; определение оптимальной структуры производства; путей достижения высокого качества услуг; нахождения оптимального уровня издержек производства; выявления необходимых форм организации рекламы. Разумеется, что в выборе маркетинговой фирмы необходимо руководствоваться такими принципами, как: качество услуг; сроки проведения исследований; репутация фирмы; стоимость услуг. При этом методы и подходы к получению информации необходимо четко обозначить: будь то обзор или анализ исходных данных о состоянии в отрасли, либо проведение различного рода опросов или анкетирования. Из-за территориально – географического положения и особенностей нашего климата горнолыжные курорты будут всегда востребованы. Даже в летнее время можно извлекать прибыль, за счет других нововведений: таких как альпинизм. В наше время спорту уделяется, все больше внимания и все больше людей хотят проводить активный отдых. Как зарубежные туристы, так и граждане нашей страны готовы платить за свой отдых. Наша проблема состоит в том, что у нас нет современных горнолыжных баз, соответствующих зарубежным стандартам. Также горнолыжный туризм остается не «массовым». Для того чтобы горнолыжный туризм стал конкурентным и «массовым» нужны инвестиции в горнолыжные инфраструктуры в гораздо больших объемах, чем инвестируется сейчас, нужны дееспособные и социально-ответственные инвесторы. По оценкам западных специалистов, чтобы сделать курорт международного класса и действительно привлечь миллионы туристов, Кыргызстану необходимо создать качественный продукт, который включает в себя не только современную инфраструктуру, но и качество воздуха, качество снега.

Однако горнолыжный туризм как туристический продукт находится на очень низком уровне и есть предпосылки, что горнолыжный туризм будет неконкурентным в региональном и мировом масштабе. Все введенные в эксплуатацию подъемники на горнолыжных базах являются бывшими в употреблении и относятся к первому и второму поколению подъемников.

Нерешенные проблемы развития горнолыжного туризма и спорта: несовершенная и неконкурентная нормативно-правовая база для развития горнолыжного туризма, сложная и длительная процедура выделения земли под проекты, отсутствие стандартов в сфере горнолыжного туризма; общие проблемы, связанные с предпринимательской деятельностью, ведением бизнеса; непрофессиональный подход к развитию существующих горнолыжных баз, отсутствие на рынке доступных финансовых средств для развития и модернизации проектов. Опыт показывает - г/л туризм развивается в тех странах, где на протяжении минимум 5 лет есть господдержка, то есть не претензия на главную роль, а именно поддержка. Нужны инвестиции в инфраструктуру, здесь на помощь может прийти ГЧП: государство строит часть инфраструктуры (подъездные пути, электроэнергию, очистные сооружения, инженерные сети), частный сектор на конкурсной основе - подъемники, пункты проката, гостиницы, услуги по развлечению и пр. Это сделает горы более доступными для массового туриста, что будет иметь ряд позитивных последствий, которые трудно переоценить. К примеру, как показывает опыт альпийских курортов, чем больше людей начинают посещать горы, тем больше они ценят природу вокруг. Основываясь на примере французских горнолыжных курортов, Эрик Каллендер говорил, «Они начинают заботиться о природе. Убирают мусор со склонов, например. Горнолыжные курорты воспитывают в людях осознание окружающей среды».

**Вывод.** Таким образом, интересен и другой опыт альпийских курортов – благодаря сети подъемников экотуризм стал намного популярнее. Но специально для эко туристов никто гондолы в горах строить не будет. Если сделать экологию стержневой идеей концепции горнолыжного туризма, то эффект может быть еще более масштабным.

Для этого нужна иная правовая основа, модернизация существующего законодательства. Вместе с тем, функционирование горнолыжной индустрии, связано с использованием и охраной недр, вод, лесов, животного мира и иных природных ресурсов, охраной окружающей среды, особо охраняемых природных территорий и объектов, охраной атмосферного воздуха и объектов культурного наследия народов. Поэтому правовые вопросы развития горнолыжного спорта и туризма, горнолыжной индустрии должны быть учтены в соответствующих нормативно-правовых актах. В наших же интересах развивать и поддерживать туризм, ведь от этого зависит процветание нашей страны.

#### Список литературы

1. Азар В.И. Экономика туристского рынка. – М.: Экономика, 1998
2. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса – М.: ОСЬ-89, 1999.
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие для вузов – Минск.: БГЭУ, 1999
4. Экотуризм в Кыргызстане Казаков Данияр Международный Семинар Душанбе, Таджикистан 6-10 июня 2005
5. Туризм в цифрах, Ежегодный статистический сборник Национального Статистического Комитета, 2013 г.
6. Отчет Госкомтурспорта КР, за 2013 г.
7. ОсОО Маркетинг сервис бюро; Рынок экотуризма Кыргызстана: потенциал, проблемы и перспективы, Маркетинговое исследование, Бишкек, 2011 г.

**References**

1. Hazard VI The economy of the tourist market. - М.: Economics, 1998
2. Mikhail Efremov The basic technology of tourism business - М.: OS-89, 1999.
3. NI Kabushkin Tourism Management: A manual for schools - Minsk.: BSEU, 1999
4. Ekoturizm Kyrgyzstan Daniyar Kazakov International Workshop Dushanbe, Tajikistan June 6-10, 2005
5. Turizm in figures, Statistical Yearbook of the National Statistical Committee, 2013
6. REPORT Goskomturporta Kyrgyz Republic for 2013
7. OsOO Marketing Service Bureau; Market ecotourism in Kyrgyzstan: potential, problems and prospects, market research, Bishkek, 2011