



УДК: 338.482/484+338.49(045/046)

М. Ш. ТОЛОБАЕВ

КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СТРОИТЕЛЬСТВА,
ТРАНСПОРТА И АРХИТЕКТУРЫ ИМЕНИ Н. ИСАНОВА, Г.БИШКЕК, КЫРГЫЗСКАЯ
РЕСПУБЛИКА

E-MAIL: MAKSAT.TMSH@MAIL.RU

M. SH. TOLOBAEV

KYRGYZ STATE UNIVERSITY OF CONSTRUCTION,
TRANSPORT AND ARCHITECTURE NAMED AFTER N. ISANOV, BISHKEK, KYRGYZ
REPUBLIC

E-MAIL: MAKSAT.TMSH@MAIL.RU

E.mail. ksucta@elcat.kg

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КЫРГЫЗСТАНА И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕГО РАЗВИТИЮ

THE ANALYSIS OF PROBLEMS IN TOURISM OF KYRGYZSTAN AND RECOMMENDATIONS TO THEIR DEVELOPMENT

Кыргызстандын туристтик тармагындагы көйгөйлөргө карабастан өнүгүү келечеги кең, себеби туристтик ресурстардын чон ассортиментине ээ.

Чечүүчү сөздөр: улуттук продукт, имидж, аймак, потенциал, тарыхый мурастар.

Туристическая отрасль Кыргызстана при наличии недостатков и проблем имеет перспективы для развития, т.к. обладает большим ассортиментом туристических ресурсов.

Ключевые слова: национальный продукт, имидж, регион, потенциал, достопримечательности.

Touristic branch of Kyrgyzstan at its shortcomings has perspectives to develop, as it has a barge assortment of touristic resources.

Key words: national product, image, region, potential, places of interest.

Приступая к планомерным мероприятиям, направленным на комплексное развитие туризма, следует иметь в виду: туризм способствует развитию предприятий, созданию новых рабочих мест, росту налогового потенциала территории, создает новые экономические импульсы в регионах и муниципальных образованиях. Кроме того, туризм улучшает имидж региона как экономически развитой территории в совокупности.

Туризм представляет собой лишь один сегмент экономического развития, но при наличии определенных предпосылок и условий он может стать основным и наиболее выгодным направлением экономики страны или региона. Тем не менее, во многих регионах Кыргызстана, имеющих необходимый потенциал, он до настоящего времени не используется достаточно эффективно. Зачастую даже при наличии значительного числа посетителей вследствие неразвитости туристской инфраструктуры и отсутствия комплексного туристского предложения туризм не приносит региону сколько-нибудь ощутимого дохода.

Комплексное освоение имеющегося туристского потенциала Кыргызстана осложняется тем, что для всестороннего решения вопроса свои усилия должны объединить все многочисленные участники туристского бизнеса и заинтересованные стороны, с тем, чтобы создать и претворить в жизнь общую концепцию, которая в конечном итоге призвана принести выгоду нашему населению, так и государству в целом.



Исходя из состояния этого сектора экономики за 26-ти летний период независимости, следует подробно, остановиться на основных проблемных моментах, препятствующих его полноценному развитию. В настоящее время туристическая отрасль находится в состоянии хаотичного, разрозненного, медленного развития. Наблюдается слабая государственная политика ввиду отсутствия единого направления, видения развития отрасли, отсутствия преемственности политики и т.д. Инвестиционный климат не соответствует большому привлечению иностранного капитала для развития отрасли. Частный сектор, являющийся основным двигателем туристической отрасли, испытывает на себе давление со стороны государственных структур, сталкивается с административными барьерами, с несвободной конкуренцией.

Исходя из сказанного, нельзя оставлять без внимания, что имеются предпосылки для развития туристической отрасли в Кыргызстане и его становления как одного из богатых туристических рынков для начала в пределах ЕАЭС. Но, даже при наличии огромного ресурса (отмеченных в работах профессоров Э.Ж.Шукурова, Т.М. Чодураева, А.А. Эргешова, К. Матикеева и др.), имеется ряд проблем и барьеров, обозначенные в исследовании, затрудняющие развитие отрасли.

Сфера туризма в Кыргызской Республике требует определения долгосрочных ориентиров своего развития, стратегических целей, задач и мер государственной политики. Туристическая отрасль страны должна вносить общественно значимый вклад в диверсификацию экономики республики через модернизацию туристических услуг и их продвижение на экспорт, а активное привлечение прямых инвестиций и усиление ее инновационного воздействия могут повлиять на развитие других отраслей экономики, на динамику повышения уровня занятости населения и существенное увеличение доходов от туризма [1].

Именно для этой цели необходим анализ сферы туризма Кыргызстана в контексте современного развития. Анализ проблемы — это процесс осознания реальных проблем и потребностей пользователя и предложения решений для удовлетворения этих потребностей. При этом необходимо проанализировать и понять область проблемы и исследовать разнообразные области решений. Как правило, возможных решений множество, и нам необходимо найти то, которое наиболее соответствует решаемой проблеме. Чтобы иметь возможность провести анализ проблемы, полезно определить, что же собой представляет проблема.

Для начала, следует учесть, существует ли проблема в этой области и какого плана. Проблема (*от греч.* - преграда, трудность, задача), объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес. На наш взгляд проблема есть и она разрешима при условии её грамотного и целостного анализа.

Для понимания реальной проблемы и ее причин можно использовать множество методов. Одним из них является метод анализа корневых причин (*root cause analysis*), представляющий собой семантический способ нахождения причин, лежащих в основе рассматриваемой проблемы или ее проявления. После того как согласована постановка проблемы и выявлены заинтересованные лица, можно перейти к определению системы, разрабатываемой для решения данной проблемы. Это важный момент, когда необходимо постоянно помнить как о понимании проблемы, так и о свойствах потенциального решения.

Следующий важный этап состоит в том, чтобы определить границы системы решения. После завершения этого этапа можно со всей ответственностью заявить, что мы достигли следующего - хорошо поняли решаемую проблему и лежащие в ее основе причины. Проблема возникает тогда, когда полученные предприятиями результаты не отвечают поставленным перед ней целям, а значит, некоторые аспекты его деятельности требуют улучшения.



Для решения проблемы требуется не единичное решение, а совокупность выборов (альтернатив). Поэтому процесс решения проблемы обычно представляется как конечное число этапов:

- возникновение проблемы,
- диагностика проблемы,
- формулировка ограничений и критериев для принятия решения и выявление

альтернатив,

- выбор наилучшего варианта решения,
- реализация решения,
- оценка результатов и обратная связь.

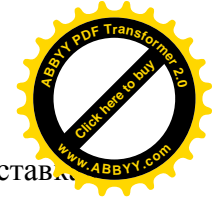
Задача данного этапа - выявить наиболее реалистичные альтернативные решения проблемы и предварительно оценить их. Для сопоставления решений необходимо найти наиболее важные стандарты (или критерии), относительно которых можно измерить вероятные результаты реализации каждой возможной проблемы. Остановимся теперь на основных проблемах в сфере туризма Кыргызстана, выявим причины и постараемся проанализировать их для поиска рекомендаций с учетом имеющихся возможностей.

Общие проблемы туристической отрасли Кыргызстана:

1. Туристический продукт, предлагаемый в Кыргызстане, не разнообразен в сравнении с развитыми туристическими рынками мира;
2. Ограниченность туристического сезона при наличии потенциала для круглогодичного туризма в стране;
3. Слабое продвижение национального туристического продукта на международном пространстве;
4. Слабая координация между государственными структурами, вовлеченными в регулирование туристического сектора, отсутствует единый целенаправленный курс на развитие отрасли;
5. Отсутствие преемственности государственной политики относительно отрасли, в связи, с чем политика меняется в зависимости от предпочтений каждого нового руководства ведомства;
6. Высокое совокупное налогообложение для частного бизнеса, и отсутствие мер по стимулированию открытия новых предприятий через временные налоговые послабления;
7. Слабая связь системы образования и рынка труда, вследствие чего новые трудовые кадры не соответствуют требованиям туристического рынка;
8. Недостаточное использование государственных средств массовой информации с целью проведения информационно-воспитательных кампаний среди населения для повышения их доброжелательности [2].

Туристическая индустрия республики должна стать приоритетом в развитии страны, способствующим улучшению международного имиджа Кыргызстана как страны туризма. Ключевыми факторами развития в стране должны стать уникальный природный потенциал и богатое культурное наследие. Разработанная программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы туризма до 2020 года учитывает современные мировые тенденции в сфере туризма и текущую ситуацию в туристской индустрии республики. В Программе на системной основе взаимоувязаны цели, задачи, мероприятия, конкретные сроки, ответственные исполнители и финансовые ресурсы в единый процесс достижения значимых результатов в сфере туризма. Но, для реализации этой программы на наш взгляд, необходимо учесть ряд жизненно важных моментов. А именно к ним можем отнести следующие:

- Некоммерческое продвижение Кыргызстана как туристского направления за рубежом практически не проводится по причине недостаточного финансирования со стороны государственного бюджета. В настоящее время все предпринимаемые усилия



ограничиваются участием ряда туристских компаний в некоторых профильных выставках за рубежом, организации и проведении 2-х профильных выставок ярмарок в КР.

• Изготовление рекламно-информационной имиджевой продукции в связи с недостатком финансирования, рекламно-информационная продукция на печатных носителях издается в основном частными издательствами, и имеют коммерческий характер.

В изучении этих моментов следует отметить, что задача государства состоит в продвижении кыргызского туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Частный бизнес не может проводить некоммерческую имиджевую рекламную кампанию всей страны, так как продвигает и продает только свой собственный продукт, а создание образа Кыргызстана как страны, благоприятной для туризма, является исключительно государственной задачей. Это подтверждает мировая практика.

Проблема повышения качества туристских услуг является комплексной и должна решаться как за счет мер по совершенствованию системы разработки профессиональных стандартов обслуживания, так и путем создания соответствующих требованиям работодателей образовательных стандартов и повышения уровня профессиональной подготовки и переподготовки кадров индустрии туризма [3].

Для совершенствования туристского образования необходима корректировка существующих и создание новых образовательных стандартов, отвечающих потребностям отрасли и значительно расширяющих объем специализированных дисциплин и практических занятий. Целесообразно широко использовать методический опыт и учебные программы профильных зарубежных учебных заведений, в течение многих лет, успешно работающих на образовательном рынке в Европе.

Для подготовки работников смежных отраслей, обслуживающих туризм, необходимо формирование специальных программ обучения и соответствующих стандартов. Для определения направлений подготовки специалистов необходим регулярный мониторинг потребностей в выпускниках профильных учебных заведений.

Каждый туристический рынок, каждая страна заинтересована и нацелена на привлечение большего количества потребителей, в нашем случае туристов. Для их привлечения используются разные методы, в том числе и метод брендинга территорий. В ходе интервью с экспертами они поделились некоторыми советами, идеями создания туристических брендов, использования опыта существующих [4].

Разработка (формулирование) стратегии развития туризма с самого начала должна быть сконцентрирована на трёх главных направлениях:

- разграничение функций и определение ролей участвующих сторон в процессе согласованной работы по развитию туристской инфраструктуры в регионе в целом;
- профессиональный маркетинг;
- формулирование проектов, мероприятий, подлежащих реализации, реально гарантирующих тот эффект и результат, который необходим для туристического рынка Кыргызстана.

При разработке планов и концепций по развитию туристской отрасли помимо вышеизложенного важно не создавать идеальную модель, а четко «прописывать» реально достижимые цели и задачи.

Механизмами продвижения Кыргызстана как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках являются следующие виды деятельности, реализуемые государством и ориентированные как на потребителей, так и на туристскую индустрию. К ним следует отнести:

- участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым кыргызским национальным стендом с привлечением органов исполнительной власти Кыргызской Республики;
- поддержка и консолидация профильной выставочной деятельности в Кыргызской Республике;



- некоммерческое рекламное продвижение кыргызского туристского продукта, как на зарубежных рынках, так и на внутреннем рынке с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа Кыргызстана;
- подготовка некоммерческой рекламно-информационной печатной и иной продукции для распространения ее на крупнейших международных туристических выставках и через кыргызские загранпредставительства, в том числе через представительства, создаваемые при органе исполнительной власти в сфере туризма;
- проведение и реализация государственных рекламно-информационных стратегий для диверсификации туристского продукта: наряду с традиционным туристским предложением следует обеспечить показ новых туристских продуктов, распространение более широкой информации о национальных традициях, промыслах и ремеслах, новых музеях и экспозициях, событийных мероприятиях и туристских услугах.

Кыргызстан входит в число стран, где до настоящего времени отсутствует национальная система статистического учета при помощи так называемых спутниковых счетов, представляющих собой систему показателей, характеризующих динамику и структуру спроса и предложения туристических товаров и услуг. В связи с этим на первом этапе реализации Стратегии необходимо проведение полного комплекса работ по формированию системы показателей, всесторонне характеризующих развитие сферы туризма.

Источником официальных данных по статистике туризма является Национальный статистический комитет КР (Нацстатком). Наиболее полная информация от Нацстаткома поступает только по показателям въездного и выездного туристских потоков, а также данным об объеме платных услуг, оказываемых турфирмами и гостиницами. В настоящее время статистика туризма нуждается в постоянном внимании и существенном совершенствовании с целью гармонизации с рекомендациями Статкомиссии ООН, а также обширной зарубежной практикой.

Государственная поддержка развития туристской инфраструктуры должна осуществляться, прежде всего, в рамках бюджетного финансирования. Однако этого явно недостаточно. Необходимо развитие туристской инфраструктуры в историко-культурных центрах Кыргызстана, малых и средних исторических городах. В исторических городах, перспективных для привлечения туристов, целесообразно формирование культурно-туристских зон, включающих не только памятники архитектуры, истории и культуры, но и объекты, предоставляющие туристам полный комплекс услуг проживания, питания, развлечений, информационного обслуживания и др.

Одной из проблем Кыргызстана является отставание от мировых тенденций и инноваций в продвижении туристического продукта. Согласно отчету Всемирного Экономического Форума, эффективность маркетинга и брендинга туристической отрасли Кыргызстана для привлечения туристов находится на низком уровне (126 место в мире). К тому же туристическая отрасль не находится в значительном приоритете у государства [5].

Как показал опрос иностранных туристов из стран СНГ и дальнего зарубежья, одним из обозначенных ими преимуществ являются низкие цены на туристический продукт. Тем не менее, при наличии низкой цены были отмечены проблемы низкого уровня обслуживания, отсутствия разнообразия предоставляемого туристического продукта. В качестве рекомендаций по развитию туристической отрасли Кыргызстана провайдерами туристических услуг озвучивалось большое количество предложений. Одними из наиболее распространенных являются:

- Повышение заинтересованности государства в развитии туризма в Кыргызстане;
- Искоренение коррупции;
- Пересмотр системы налогообложения в стране;
- Политическая стабильность в стране;
- Улучшение инфраструктуры, в частности, городов, автомобильных дорог и т.д.;



- Привлечение иностранных инвестиций и др.

Кыргызстан, как один из туристических рынков мира, заинтересован в удовлетворении ожиданий международных туристов. От этого зависит - будет ли повышаться количество желающих посетить страну. Меньше всего Кыргызстан ассоциируется, как страна с большим количеством туристических мест для посещения. Многие эксперты туристической отрасли также отметили нехватку в Кыргызстане туристических мест, притягивающих иностранных туристов, и, как причина, низкий уровень туристической инфраструктуры. Средняя удовлетворенность иностранных туристов полученными туристическими услугами в Кыргызстане составляет 3,7 баллов по пятибалльной шкале. Туристами наиболее высоко оценено гостеприимство местного населения (4,3 балла).

Иностранцами туристами также оценивалось качество услуг в Кыргызстане как не самое худшее, но и не самое лучшее, т.е. имеется потенциал для улучшения качества. При более детальном рассмотрении оценки опрошенными иностранцами туристами качества полученных туристических услуг в разрезе областей Кыргызстана, заметны некоторые различия. Так большинство опрошенных респондентов считает, что общее качество услуг в г. Бишкек является хорошим, в остальных регионах качество оценивается, как «соответствующее». Тем не менее, во многих регионах, имеющих необходимый потенциал, он до настоящего времени не используется достаточно эффективно.

Комплексное освоение имеющегося туристского потенциала осложняется тем, что для всестороннего решения вопроса свои усилия должны объединить все многочисленные участники туристского бизнеса и заинтересованные стороны, с тем, чтобы создать и претворить в жизнь общую концепцию [6]. *На основе выявленных проблем туристической отрасли Кыргызстана имеются следующие рекомендации:*

1. Необходимо продолжить работу по увеличению существующего перечня иностранных государств, в отношении граждан которых применяется упрощенный порядок получения виз Кыргызской Республики;

2. Создать единое видение развития отрасли, единые подходы и принципы работы для всех задействованных в отрасль государственных органов, единые механизмы работы для обеспечения преемственности государственной политики относительно отрасли;

3. Следует разработать стратегию продвижения национального бренда на международной арене, используя конкретное позиционирование страны, отличительные преимущества в сравнении с остальными странами Центральной Азии;

4. Развить внутренний маркетинг туризма, предпринимателям в сфере туризма необходимо предоставить больше информации об этике предоставления туристических услуг, значении туризма, потенциальных объемах туристического рынка Кыргызстана;

5. Необходимо обязательное последовательное улучшение состояния инфраструктуры в целом по Республике;

6. Повысить информированность и продвигать наилучшие практики взаимодействия образовательных учреждений и провайдеров туристических услуг через создание большего количества коммуникационных площадок в виде конференций, образовательных мероприятий, семинаров и т.д.;

7. Повысить информированность и продвигать наилучшие практики государственно - частного партнерства в системе высшего образования, где частные компании имеют возможность инвестировать в будущие трудовые кадры, контролировать процесс обучения с возможностью направления в необходимое рынку русло;

8. Регулярно проводить информационно-воспитательные кампании через государственные средства массовой информации, повышающие доброжелательность местного населения к гостям (социальные видеоролики, радио передачи, статьи в газетах и т.д.);



Таким образом, следует отметить, что в современном мире туризм получил значительное развитие и стал массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма в Кыргызстане позволит нашей молодёжи и всем расширить знания по истории своего Отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями страны.

Список литературы

1. Жапаров А.У. Экономический приоритет Кыргызстана - стимулирование притока частных инвестиций [Текст] А.У. Жапаров / Финансы и банки в Кыргызстане. – Бишкек: 2008. - №3. - с. 6-10.
2. Низамиев А. Г. Развитие и размещение туризма в Кыргызстане: эколого-экономическое обоснование [Текст] А.Г. Низамиев, С.Ж. Артыкбаева, А.К. Култаева / Молодой ученый. — 2015. — №8. — с. 360-364.
3. Нишанов В. Туризм в Кыргызской Республике: Государственное управление, состояние, перспективы [Текст] / В. Нишанов, Т. Байчериков. — Бишкек: 2002.
4. Сироткин С. Л., Кильчевская И. Р. Экономическая оценка инвестиционных проектов [Текст] / С.Л. Сироткин, И.Р. Кильчевская. - М.: Юнити-дана, 2011. - 359 с.
5. Благоприятность условий ведения бизнеса: Данные Группы Всемирного Банка, 2015. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/>.
6. Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы туризма до 2020 года [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/98431>